SIERRA CHICA: ADELANTO DEL LIBRO SOBRE EL MOTIN MAS SANGRIENTO DE LA HISTORIA

PLAYBOY

#39

PRECIO EN CAPITAL FEDERAL Y GBA $ 11,90. RECARGO ENVIO AL INTERIOR $ 0,90. URUGUAY $ 139. CHILE $ 2.900 RECARGO $ 300 REG. I, II, XI, XII

ENTREVISTA

DARIO STRASCHNOY

EL SEÑOR DE LOS AVISOS

20 PREGUNTAS

DIEGO REINHOLD

REVELACION CON ALMA DE CLOWN

MARIA EUGENIA PITO

SEXUALMENTE RUBIA

LIFESTYLE

TRENDS: ADIOS AL METROSEXUAL

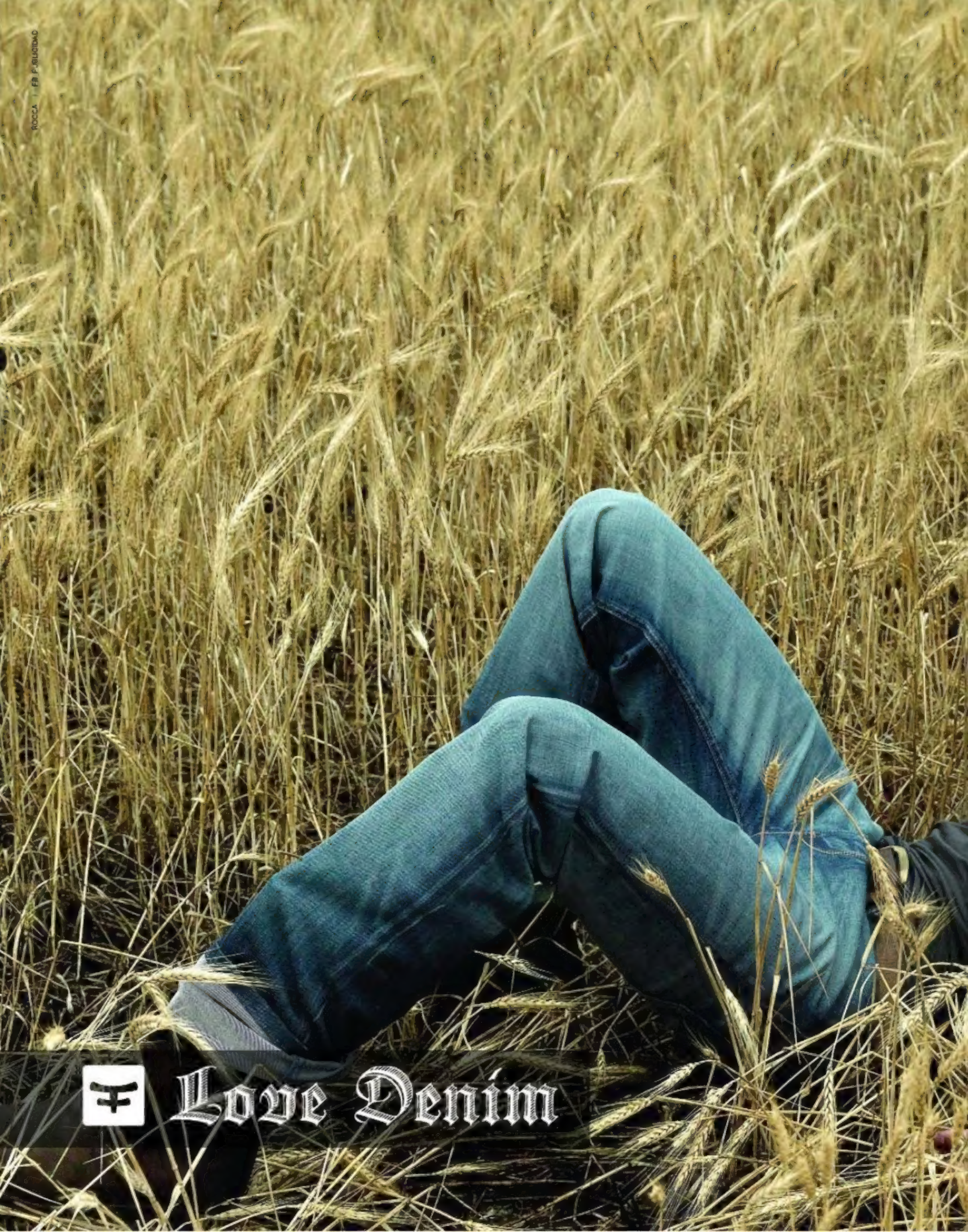
POKER, EL DEPORTE MENOS PENSADO

LOS 10 VINOS QUE TENES QUE PROBAR ESTE AÑO

ISSN 0328-4360

9 770328 436003 00039

#39


ROCCA | FR PUBLICIDAD
Love Denim

KOSIUKO®

PÁGINA 028

ELOGIO DEL KIOSCO

Retro, importadas o evolución, una selección con las mejores golosinas de ayer, de hoy y de siempre.

PÁGINA 030

LOS 10 VINOS DE 2009

Nuestro *wine writer* te recomienda las 10 botellas que hay que descorchar este año y en qué ocasión hacerlo.

PÁGINA 044

UNA LUZ EN EL CAMINO

La inyección de ánimo que Maradona le puso a la Selección permite esperar el tramo final de la Eliminatorias con optimismo.

PÁGINA 050

DESNUDA DE VERDAD

Así la querías ver y así la fotografiamos. Andá directo a la página 50 para entender por qué te decimos que este es el desnudo que esperabas.

FESTINA

info@nihebal.com.ar

www.nihebal.com.ar

LIFESTYLE
022// Diseño.
024// Libros.
026// Relojes.
032// *Gadgets.*
034// Autos.
036// *Trends.*

ENTREVISTA
068// Darío Straschnoy, el señor de los avisos.

20P
088// Diego Reinhold, revelación con alma de *clown.*

PLAYMATE
092// Mia Gray.

ADELANTO
100// El libro del motín de Sierra Chica.

BÁSICOS
008// Click!
010// Asesor.
012// Querido **PLAYBOY**.
014// Agenda.
108// Mundo **PLAYBOY**.
110// Noche.
114// Historia.

PLAYBOY
ARGENTINA

PUBLISHERS: Lucas Jinkis y Diego Allami.
GERENTE GENERAL. Diego Waciarz.

EDITOR. Luis Güerri.
DIRECCIÓN DE ARTE. Valeria Manzano.
DISEÑO. Estik Roa Mancilla.
GERENTE DE COORDINACIÓN. Romina Rua Lafauci.
COORDINACIÓN EDITORIAL. Sebastián Prats.
JEFE DE PUBLICIDAD. Pablo Barone.
EJECUTIVOS DE CUENTA. Sebastián Rolando y Hernán Zeballos.
COORDINACIÓN COMERCIAL. Manuela Binotti.
COLABORAN EN ESTA EDICIÓN. Emiliano Sarasola, Maco Lucioni, Gastón Leturia, Román Iucht y Nicolás Peralta (notas); Luis Sens y Gonzalo Corrado (foto); Cintia Serrano y Georgina Colzani (estilismo); Mariano Lucano (ilustración); Nicolás Bal (corrección); Vanesa Pellizzeri.

REDACCIÓN. Bartolomé Cruz 1528, Vicente López, Prov. Bs. As., Argentina.
T. 4718-9400 y líneas rotativas.
PUBLICIDAD. comercial@grupoq.com.ar

GRUPO Q S.A.
Bartolomé Cruz 1528, Vicente López, Prov. de Bs. As., Argentina.
T. 4718-9400 y líneas rotativas.
DIRECTORES. Lucas Jinkis y Diego Allami.
ASESORAMIENTO CONTABLE. Estudio Rabinovich & Asoc.
ASESORAMIENTO JURÍDICO. Estudio Rinaldi & Asoc.
PRENSA. .Tiff Prensa & Comunicación,
Concepción Arenal 3425, 5º "15", Buenos Aires, Argentina.
T. 4556-1889 / 4551-5228.

DISTRIBUCIÓN EN CAPITAL FEDERAL Y GBA. Vaccaro, Sánchez & Asoc., Moreno 794, 9º, Buenos Aires, Argentina. T. 4342-4031.
DISTRIBUCIÓN EN EL INTERIOR, URUGUAY Y CHILE. Distribuidora Austral de Publicaciones S.A., Isabel la Católica 1371, Buenos Aires. 4301-0701.
IMPRESIÓN. AGR, Artes Gráficas Rioplatense S.A. Tel. 4918-5060.

PLAYBOY
EDITOR-IN-CHIEF. Hugh M. Hefner.

U.S. PLAYBOY
EDITORIAL DIRECTOR. Christopher Napolitano.
ART DIRECTOR. Rob Wilson.
PHOTOGRAPHY DIRECTOR. Gary Cole.

PLAYBOY INTERNATIONAL PUBLISHING
PRESIDENT GLOBAL LICENSING. Alex Vaickus.
MANAGING DIRECTOR. Bob O'Donnell.
EDITORIAL DIRECTOR. David Walker.
MARKETING DIRECTOR. Markus Grindel.
MANAGER/PUBLISHING SERVICES. Mary Nastos.
PHOTO EDITOR. Eshed Halpern.
INTERNATIONAL PUBLISHING ADMINISTRATOR. Gabriela Cifuentes.
SR. EVENT & SERVICES ADMINISTRATOR. Denise Demcsik.
EDITORIAL COORDINATOR. William Ansell.
INTERNATIONAL FASHION DIRECTOR. Joseph DeAcetis.

AUN SIENDO DESEADA, TODA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL DEBERÁ SER CONSULTADA CON LA EDITORIAL.

LOS EDITORES NO SE HACEN RESPONSABLES POR LOS CONTENIDOS DE LAS NOTAS DE SUS COLABORADORES.
CORREO: revistaplayboy@grupoq.com.ar

©2005 GRUPO Q
©PLAYBOY, PLAYMATE, PLAYMATE OF THE MONTH, PLAYMATE OF THE YEAR, RABBIT HEAD DESIGN AND FEMLIN DESIGN ARE TRADEMARKS OF AND USED UNDER LICENSE FROM PLAYBOY ENTERPRISES INTERNATIONAL, INC.

AUDITADO POR

ASOCIACIÓN ARGENTINA DE EDITORES DE REVISTAS

Sumate al equipo argentino en Punta del Este

PokerStars Latin American Poker Tour

La tercera temporada del torneo de Póker mas apasionante de la región llega a Uruguay. El increíble LAPT de PokerStars se llevará a cabo del 18 al 20 de marzo en el Mantra Resort Spa & Casino y vos podés estar ahí representando a tu país.

Jugá gratis en los torneos de PokersStars.net y ganá tu asiento hoy mismo!

Para más información, ingresá a www.lapt.com

Sedes de la 2ª temporada del LAPT de PokerStars:

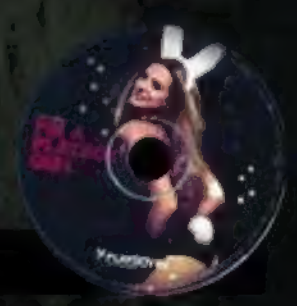
- ★ **San José,** Costa Rica / 3-5 de noviembre 2008
- ★ **Nuevo Vallarta,** México / 5-7 de diciembre 2008
- ★ **Viña del Mar,** Chile / 20-22 de enero 2009
- ★ **Punta del Este,** Uruguay / 18-20 de marzo 2009
- ★ **Mar del Plata,** Argentina / 15-19 de abril 2009

JUEGA GRATIS. ESTE NO ES UN SITIO DE APUESTAS.

LEO FERNANDEZ
Equipo PokerStars Argentina

Presentado por PokerStars.net

FOTO GABRIEL ROCCA



REMIXADO

DE LA MANO SIEMPRE HÁBIL DE TUTI GIANAKIS (MÁS HITDESIGNERS), LLEGÓ EL CD *I HAD A DREAM (I'M A PLAYBOY GIRL)*, QUE CUENTA CON SEIS *TRACKS* CANTADOS POR BUNNY MANSO, INCLUIDOS EN LA SERIE *I WANNA BE A ROCK STAR*, DE PLAYBOY TV.

SEXY HIT

I WANNA BE ROCK STAR, LA NUEVA SERIE DE PLAYBOY TV, VIENE CON UN CONDIMENTO EXTRA: EL TEMA "I HAD A DREAM (I WAS A PLAYBOY GIRL)", INTERPRETADO POR BUNNY MANSO, PROTAGONISTA DEL PROGRAMA.

ELLA YA NOS HABÍA SEDUCIDO CON SU CUERPO, DESDE *Blonde obsession* y *Black latex*, contorneándose en la pantalla caliente de Playboy TV. Pero ahora, con su voz como herramienta extra, Verónica Manso se transforma en Bunny Manso para ser parte de *I wanna be a rock star*, la nueva serie de la señal erótica, con el tema "I had a dream (I was a Playboy girl)" como música para nuestros oídos, una canción interpretada por la propia Verónica. Como ya lo ha hecho anteriormente para Playboy TV, el responsable visual de la serie (y del videoclip del tema en cuestión) es Gabriel Rocca, que le inyectó su improta artística a este programa que cuenta la historia de una cantante que busca convertirse en estrella de rock. ¿Quién puede decir que no lo logrará?

ILUSTRACIÓN MARIANO LEGANO

suficientemente consolidado suele ser un combo complejo del que muchas veces es difícil escapar. Y el resultado de ese panorama lo definís a la perfección desde tu sentimiento: una pareja muerta, que ahora hay que "revivir", tal como escribís en tu consulta. No quiero ser literal en mi análisis, pero está claro que la cuestión no será fácil para ustedes. Sin embargo, si hay voluntad de ambas partes, nada es imposible. Y no se trata de una frase hecha. Mi consejo es profundizar el diálogo interno, superando las clásicas frases del final del día ("¿Todo bien en el trabajo?", "¿Qué comemos hoy?", "¿Llamó alguien?", etc.); romper las conductas rutinarias, armar programas novedosos y buscar diversión incluso en las situaciones mínimas de la vida cotidiana; reírse juntos es muy importante. Por otra parte, a nivel sexual, hay que aplicar la misma estrategia, buscando nuevas sensaciones y probando diferentes caminos para satisfacerse mutuamente, siempre sin forzar situaciones.

¿CÓMO HAGO PARA ENCONTRAR EL PUNTO G DE LA MUJER? WALTER, DE MENDOZA.
Te voy a contestar lo mismo que le respondí a otro lector hace un tiempo: con tacto. Y más allá del juego de palabras, es absolutamente cierto, porque aunque resulta posible encontrarlo con el pene, con los dedos es más simple. Según los sexólogos especialistas, el punto G se encuentra detrás del hueso público y alrededor de la uretra, y será mejor que ella esté boca arriba para que tus dedos hagan el resto. Y a no desanimarse rápidamente, porque el grado de sensibilidad de cada punto G es diferente en cada mujer, un dato muy importante para tener cuenta.

A LOS HOMBRES, ¿LES GUSTAN LAS MUJERES NO TAN PULPOSAS? DAIANA, DE LANÚS.
A ver, Daiana, sospecho que las curvas no son tu fuerte. Y también puedo arriesgar otro diagnóstico espontáneo: en este momento, no te encontrás del todo cómoda con tu cuerpo. Y es lógico, la sucesión interminable de culos y tetas que lo medios vienen inyectando de manera múltiple en sus contenidos (en cualquier horario) ha generado un parámetro bastante lejano al promedio real. Y eso, sin dudas, ha modificado la percepción que tienen los hombres del cuerpo femenino. Y es una lástima, porque el placer está en todo tipo de cuerpos, más allá de su peso y sus dimensiones.

UNA PAREJA QUE HAY QUE REVIVIR, LA BÚSQUEDA DEL PUNTO G Y UNA CHICA POCO PULPOSA, TEMAS DE ESTE MES. SEGUÍ ESCRIBIENDO A WWW.PLAYBOYREVISTA.COM O VÍA E-MAIL A REVISTAPLAYBOY@GRUPOQ.COM.AR.

¿CÓMO HAGO PARA REVIVIR MI PAREJA, YA QUE CASI NO TENEMOS RELACIONES SEXUALES Y LAS ÚLTIMAS VECES QUE TUVIMOS, FUERON SIEMPRE IGUALES? ERICA, DE ARGENTINA.
Quizás esté de más decirlo, pero los síntomas que describís son muy habituales en muchas parejas, en cualquier lugar del mundo. El propio paso del tiempo, la erosión de la convivencia (o de pasar mucho tiempo juntos) y un vínculo que no está lo

YAMAHA
BASTA SOLO CON MIRARLA
Su estilo muscular y sus detalles tecnologicos hacen esta moto un icono a donde vaya
En su versión de 600cc y 1000cc.
Con motores derivados de la YZF-R1 y YZF-R6, le garantiza, potencia, tecnologia, seguridad y maniobrabilidad, tanto en ruta como en ciudad.
Potencia al descubierto
Fazer S2 Naked
USA CASCO
YAMALUBE
YAMAHA

Elogios, una crítica otra vez premiada y una aclaración sobre una nota publicada. Gracias a todos por escribirnos desde sus casillas a revistaplayboy@grupoq.com.ar. Esperamos más mensajes.

ACLARACIÓN VECINAL

Sres.
Editorial GRUPO Q
Redacción Revista **PLAYBOY**
De nuestra consideración:
En razón de haber tomado conocimiento del artículo referente a Puerto Madero, queremos dejar perfectamente establecido que las opiniones y valoraciones vertidas por la doctora Mirta Fernández corresponden exclusivamente a su interpretación y nada tiene que ver con los objetivos y opiniones de esta Asociación de Vecinos.
Por tal razón, solicitamos a ustedes que tengan la amabilidad de aclarar que los dichos en cuestión nunca contaron con el respaldo de esta asociación y que estos corren exclusivamente por cuenta de la entrevistada, sin comprometer a las organizaciones a las que pertenece.
Que quede el presente como formal reclamo, reservándonos el derecho por los eventuales perjuicios que nos pudiesen ocasionar.
Atentamente.
DANIEL R. MARTE, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE VECINOS PUERTO MADERO.

PLAYBOY: Aclaración hecha. Gracias por escribir

ODA AL DESNUDO COMPLETO

CARNAVAL TODA LA VIDA

Hola, conejo carnavalero: les escribo para felicitarlos por el #38 de la edición *argenta*, muy buena y variada. Política, con la entrevista a Sergio Massa; ciencia ficción, rally, ex novias del "Dios del ocio y del placer"... ¡Amén! Y lo más destacado del número: Eva Carrozzo, felicitando en conjunto, a ella por su entrega total, y al señor Luis Sens por lo logrado, ¡felicitaciones, maestro! Gracias por mantenerse ahí firmes.
PD1: Es evidente, y hasta apostaría, a que cuando sea tapa de **PLAYBOY**, Romina Gaetani (porque tengo esperanzas de que ocurrirá... ¿no?) ¡será retratada por Luisito!
PD2: Sigo en búsqueda de la edición #12: Nicole Neumann, en sus dos tapas. ¿Hay alguna solución a esto?
JOSÉ MARÍA RIVAS.

PLAYBOY: Gracias, José María, por tu carta. Es un placer saber que lo que hacemos tiene buena recepción entre nuestros lectores. Coincidimos con que Eva dejó todo durante las tomas y demostró por qué es la reina del Carnaval. Con respecto a tus posdatas, por supuesto que Romina es una potencial chica de tapa. Hay que tener paciencia. Y si nuestro amigo fotógrafo Sens no llega a ser de la partida por alguna razón, quedate tranquilo, que cualquiera que sea convocado lo hará como corresponde. Con respecto a la edición doble tapa de diciembre de 2006, te recomiendo le pidas a tu kiosquero que reclame los *packs* x 3 que estamos distribuyendo para los que necesitan revistas atradasadas.

LA CARTA DEL MES//

En abril anunciaremos un nuevo ganador. El que escriba la mejor carta, se llevará el cortabarba Philips QT 4020 (9 posiciones de corte, recargable, garantía de 2 años). Aquí, publicamos la ganadora del mes pasado, cuyo autor se lleva la afeitadora Philips HQ 7240

Salta
va a estar
más linda.
'deSigN
SUITES
BELLO
ARGENTINA
Inauguración
Junio 2009
www.designsuites.com

TEXTOS SEBASTIÁN PIRATE

LOS CRETINOS DEL *GRUNGE*

RADIOHEAD, UNA DE LAS FIGURITAS DIFÍCILES DEL ROCK MUNDIAL, POR FIN SE PRESENTA EN LA ARGENTINA, COMO PARTE DE LA VERSIÓN 09 DEL QUILMES ROCK.

LOS CASILLEROS SE VAN LLENANDO Y NO FALTA MUCHO PARA QUE PODAMOS CANTAR ¡CARTÓN LLENO! EN EL MARCO DEL QUILMES ROCK 09, RADIOHEAD SE presenta por primera vez en nuestro país el 24 de marzo en el club Ciudad, y no son muchas las superbandas que nos quedan por ver en tierras locales. En plena era *grunge*, la banda de Thom Yorke se hizo popular con el *hit* "Creep", incluido en su primer disco, *Pablo Honey*, editado en 1993. Enseguida, sacaron dos placas más que contundentes, *The Bends* y *OK Computer*, y entre inmejorables baladas y furiosas guitarras, el grupo pronto ganó un espacio de privilegio en la escena musical internacional. Algunos vieron reminiscencias *floydianas* en su música, por momentos ultradepresiva ("Fake Plastic Trees"), pero el mismo Roger Waters se encargó de despegarse: "Ellos están peor que nosotros". Y entonces vino un honesto filtro antiformencial con discos como *Kid A* y *Amnesiac*. Desde entonces, la pregunta era cuándo volverán a sonar rockeros. Y entre los tres primeros discos y los dos siguientes, se ubican sus más recientes trabajos, *Hail to the Thief* (2003) y, de 2007, *In Rainbows*, eslabones perdidos en la irregular evolución de estos británicos.

BEHIND
THE
JEANS
STONE
BACK TO ROOTS
WWW.STONE-JEANS.COM

TODAS LAS VOCES, TODAS

[illegible]

QUILMES ROCK 09

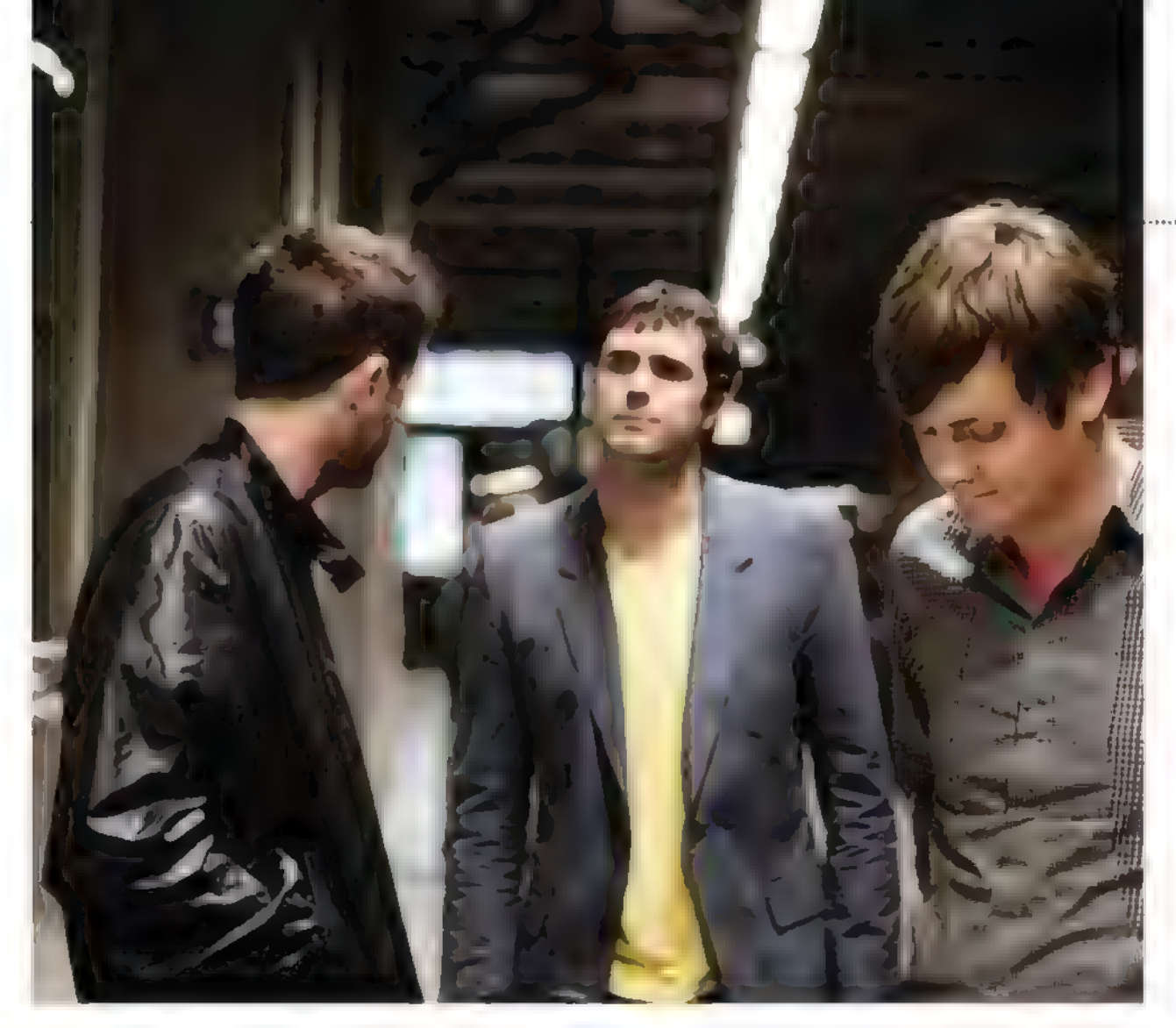
Entre la última semana del mes y los primeros días de abril, se realizará el Quilmes Rock 09, con shows de primer nivel. Ya te contamos de Radiohead, que serán teloneados por Kraftwerk. Pero en marzo (el 28) también se presenta Iron Maiden. La legendaria banda de heavy metal toca en el estadio de River en el marco de su gira "Somewhere back in time". Y para abril, Kiss, Los Piojos y Divididos. El abono completo de campo sale, con descuento, $ 500. Entradas, en Ticketek y puntos de venta en todo el país.

MANU CHAO

En una tardía presentación del disco *La Radiolina*, que salió hace casi dos años, el ex Mano Negra y ahora *road-singer* latino regresa a la Argentina para hacer dos presentaciones en el Interior y despedirse en Buenos Aires. Francés de nacimiento y con padres españoles, Manu supo nutrirse de distintos ritmos para crear una agradable mezcla de sonidos. Tickets en Locuras y Lee Chi. Toca en el Ciudad, el 5 de marzo.

PETER GABRIEL

Fundador y primer cantante de Genesis en los sesenta, abandonó la banda en 1975 y empezó su carrera solista, siempre vinculada con causas humanitarias. Su último disco, *Up* (data de 2002), las entradas cuestan entre $ 90 y $ 450, y se venden en Yenny, El Ateneo y Topshow. 20 de marzo en Vélez.



KEANE

Por segunda vez, el trío británico liderado por Tom Chaplin viene a la Argentina. Aunque en su primera visita ya era una banda consolidada gracias al éxito de su primera placa, *Hopes and fears*, ahora llegan luego de ratificar su estilo con dos discos más. *Under the iron sea*, casi una segunda parte de su debut, y el que vienen a presentar a Buenos Aires, *Perfect symmetry*. Más ecléctico y con menos piano que los anteriores, ellos mismos reconocen que ha sido un desafío para el grupo despegarse de sus dos primeros álbumes. Las entradas se venden por Ticketek y salen $ 200 el campo vip y $ 120, la general. El 7 de marzo, en el club Ciudad

TRÍO LOCAL

CON TRES ESTRENOS, EL CINE NACIONAL ES PROTAGONISTA EN MARZO, EN UN MES SIN GRANDES TÍTULOS INTERNACIONALES (TODA LA CARNE SE TIRÓ ANTES DE LOS OSCAR). LA INDUSTRIA ARGENTINA APROVECHA EL HUECO Y ATACA CON EL DEBUT DE CARLA PETERSON Y LAS NUEVAS PELÍCULAS DE NATALIA OREIRO E INÉS EFRÓN.

Carlos Sorín (*Historias mínimas*, *El perro*) presenta *La ventana*, su sexto *film*. Y, según reconoce, la película es una involuntaria *remake* de *Fresas salvajes*, del director sueco Ingmar Bergman. Ambas recorren el retorno a la infancia en el final de la vida, la lejanía de los afectos y la irremediable soledad final. La trama gira alrededor del reencuentro de un padre, ya anciano y enfermo, y su hijo, que tras años de distanciamiento vuelve del extranjero para visitarlo. Un dato para el *mainstream*: es el debut cinematográfico de Carla Peterson.

GUIÓN: CARLOS SORÍN, PEDRO MAIZAL. **DIRECCIÓN:** CARLOS SORÍN. **CON:** ANTONIO LARRETA, ARTURO GOETZ, JORGE DIEZ, LUIS LUQUE, CARLA PETERSON.

Música en espera es el primer largometraje de Hernán Goldfrid, que ostenta, sin embargo, una amplia experiencia en la televisión, donde fue codirector de *Los simuladores* y *Hermanos y detectives* con Damián Szifrón, cerebro creador de los dos exitosos programas emitidos hasta el hartazgo por Telefe. Al igual que en *Cleopatra*, se repite la dupla Aleandro-Oreiro. La ópera prima de Goldfrid es una comedia romántica protagonizada por Diego Peretti, que interpreta a un músico sin inspiración y, como si fuera poco, endeudado.

GUIÓN: PATRICIO VEGA, JULIETA STEINBERG. **DIRECCIÓN:** HERNÁN GOLDFRID. **CON:** DIEGO PERETTI, NATALIA OREIRO, NORMA ALEANDRO.

Debut de dos jóvenes directores. *Amanda soledad* es también una comedia romántica donde se podrá testear la evolución de la prometedora Inés Efrón, que sorprendiera gratamente en *XXY* interpretando a una adolescente en un cuerpo de varón. Aquí, recién abandonada por su novio, decide estar sola por los próximos dos años para evitar, así, otro fracaso amoroso. Aunque, claro, no le resultará tan sencillo. Otro atractivo para darle una chance a la peli: Ricardo Darín en un papel secundario.

GUIÓN: VICTORIA GALARDI. **DIRECCIÓN:** MARTÍN CARRANZA Y VICTORIA GALARDI. **CON:** INÉS EFRÓN, FABIÁN VENA, NICOLÁS PAULS, RICARDO DARÍN.

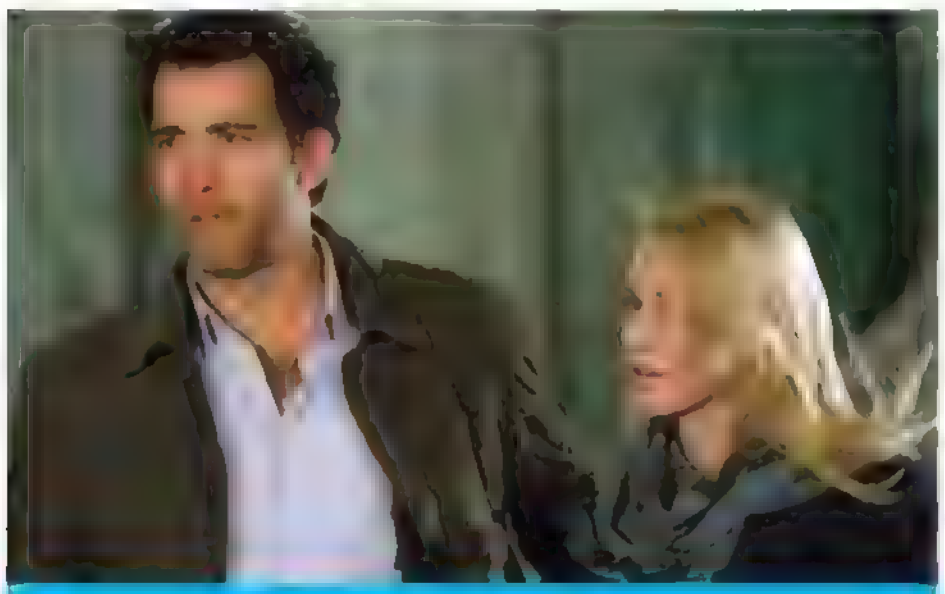
LA VOZ DEL ARCHIVO: *Fresas salvajes, Cleopatra, XXY.*

GOMORRA

GUIÓN: MAURIZIO BRAUCCI, UGO CHITI, GIANNI DI GREGORIO. **DIRECCIÓN:** MATTEO GARRONE. **CON:** TONI SERVILLO, GIANFELICE IMPARATO, MARIA NAZIONALE.

Sin dudas, uno de los estrenos europeos más fuertes del año. Es la versión fílmica del *best-seller* de Roberto Saviano sobre la mafia napolitana, el libro que más allá de haber vendido más de millón y medio de ejemplares y haber sido traducido a treinta idiomas, ha obligado al autor de 30 años a vivir con custodia permanente. La peli describe el mundo del crimen con un estilo radicalmente opuesto a la habitual glamurización de este. Y logra expresar la misma crudeza documental y explosiva del texto de Saviano.

PARIS



AGENTE INTERNACIONAL

WATCHMEN: LOS VIGILANTES

GUIÓN: DAVID HAYTER. **DIRECCIÓN:** ZACK SNYDER.
CON: MALIN AKERMAN, BILLY CRUDUP, MATTHEW GOODE.

Película basada en el famosísimo y galardonado cómic de los británicos Alan Moore y Dave Gibbons. Es una historia de superhéroes que ya no son tan héroes. Desgastados, trastornados por conflictos éticos y personales, e inmersos en la sociedad, carecen por completo de superpoderes, a excepción de uno de ellos. Antes protectores de la humanidad, ahora deberán hacer frente a una conspiración que intenta desacreditarlos.

Estreno del histórico unipersonal de Broadway *[illegible]* de Rob Becker. A cargo de Eduardo Morales. Las acordes de *[illegible]* una obra para reírse de las diferencias y eternos malentendidos entre los sexos. En Multiteatro, Av. Corrientes [illegible]. Arranca a las 22:[illegible]

[illegible]

[illegible]

Si nuestra guía del mes pasado no te alcanzó y quieres más series, A&E estrena *The Frost*. Es el regreso de Patrick Swayze a la pantalla chica. El actor continuó rodando la serie a pesar del cáncer de páncreas que sufre. Aquí interpreta a un controversial agente de FBI. A las 21.

11

Primer día de Código país, el festival multidisciplinario que empezó hace ya siete años. Diversas expresiones artísticas, como la música, el diseño, el cine, el teatro y la gastronomía, se dan cita en un ambiente relajado. Hasta el 15, en Tribuna Plaza, Av. del Libertador [illegible]

17

[illegible]

Tenemos el método 100% eficaz para ser exitoso con las mujeres

NEXO SEDUCCION

Ellas no te rechazan a vos, rechazan tu manera de actuar
Aprendé la forma de relacionarte y lográ que te valoren

Te abrimos el Juego de la Seducción

- Si te molesta sólo mirarlas y que nunca pase nada
- Si tu timidez te impide relacionarte
- Si no conseguis generar citas
- Si estás cansado de ser rechazado
- Si no podes sostener una conversacion con ellas
- Si las chicas que te gustan se alejan siempre de vos

Sonreí, porque ahora tu realidad será distinta y vas a transformarte en un seductor

Solicitar turnos para asistir al curso en

www.nexoseduccion.com.ar

nexoseduccion@gmail.com

FRÍO Y IPOD... AHORA COMPATIBLES

No falta mucho para que las temperaturas empiecen a bajar. Y con el frío, hasta cambiar de tema en el iPod puede resultar incómodo. Pero con esta campera no vas a tener ningún problema, porque viene con un teclado textil inteligente para controlarlo desde la manga. Esta, y otras prendas con tecnología aplicada Indarra.DTX, como diferentes abrigos que captan energía solar y cargan tu celular, los podés encontrar en los locales de MacStation. ¿El precio? $ 855

SUSHI CONFORTABLE

La moda sushi sobrepasa todos los límites. Con la misma variedad que una bandeja de cualquier sushi bar de Palermo Hollywood, podés elegir algunos de estos almohadones para tu casa. Desde el tradicional califomia *roll*, hasta el refinado salmón en versiones *nigiri* o *sashimi*, podés ambientar tu living o tu habitación en clave nipona. Los conseguís vía web en www.theoriginalsushipillow.com

SURF THE RABBIT

PLAYBOY no puede mirar para otro lado cuando hay diversión. Por eso, en alianza con la fabricante Wallin Surfboards, desarrolló una exclusiva línea de tablas de surf. En realidad, los primeros esfuerzos conjuntos se habían podido ver en un episodio de *Girls Next Door*, donde las conejitas Bridget y Kendra fueron desafiadas a remontar las olas. Pero gustaron tanto, que ahora la colección alcanza sesenta modelos diferentes, tanto para hombres como para mujeres. Se consiguen en valores que van de us$ 600 a us$ 2.000 en www.wallinsurfboards.com

FOTOS GRATIS

WWW.PLAYBOY.COM/HOT

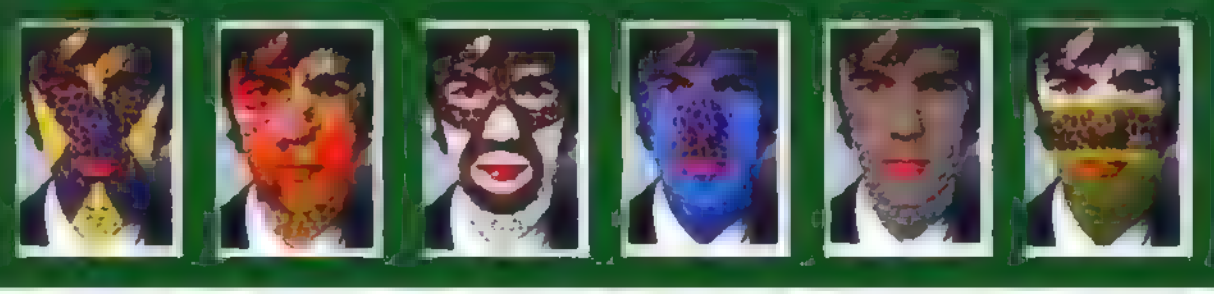
BIBLIA VISUAL DEL CÓMIC

SI LA MUJER MARAVILLA TE QUITA EL SUEÑO Y LOS MURCIELAGOS NO TE PARECEN REPUGNANTES, *DC COMIC ACTION FIGURE ARCHIVE* ES TU PROXIMA INVERSION EN LIBROS.

EXISTEN INFINIDAD de fanáticos. Tantos como los hobbies que puede haber, o ser inventados. Pero el adicto al cómic es, casi por unanimidad, una suerte de ejemplo paradigádigmático del coleccionista. Ridiculizado por la ficción televisiva y cinematográfica hasta el hartazgo y el encasillamiento (*Virgen a los 40* es un buen ejemplo), este fundamentalista merece el máximo de los respetos sólo por su coherencia. Para ellos es *DC Comic action figure archive*, este libro de Scott Beatty que Capitulo dos puso a la venta recientemente, editado por Chronicle Books. Como una biblia visual del cómic, es una recopilación de más de 1.400 muñequitos de la compañía creadora de Batman, Superman y la Mujer Maravilla. Son 600 páginas en color, con tapa dura y un precio que sólo admite a verdaderos coleccionistas: $ 207,90.

EL LIBRO DE LAS MIL CARAS

Ya sabemos que la Paragráfica es el espacio indicado si el diseño es lo suyo. Pero no hace falta ser un profesional para apreciar una buena pieza gráfica como es *Things I have learned in my life so far* (Cosas que he aprendido en mi vida hasta ahora), este libro en el que Stefan Sagmeister es absoluto protagonista. Y es lógico, porque este diseñador gráfico australiano formado en Nueva York es una referencia en esta industria. En 248 páginas de 24,2 cm x 17,2 cm, Sagmeister elabora una suerte de experimento formal en sí mismo, ya que está integrado por 15 folletos contenidos en una caja, cuya cubierta es la cara del autor con una gran variedad de ventanas cortadas, de manera que al insertar cada folleto, el rostro es completa de maneras diferentes. Para tener esta original propuesta, tendrá que desembolsar $ 200.



FIESTA KABUL

SABADO 28 DE MARZO 24hs.

NICETO CLUB.COM

Niceto Vega 5510 Palermo

Banda invitada:

BICICLETAS

FM 107.9

KABUL

MÚSICA DE LA BUENA

www.fmkabul.com

Prohibido el acceso a menores de 18 años

TICKETEK.COM 5237 7200

www.ticketek.com.ar

TW STEEL GRANDEUR TECH, EDICIÓN LIMITADA. DE ACERO CON CRONÓGRAFO, RESISTENTE AL AGUA 100 METROS, BRAZALETE DE CAUCHO. PRECIO: US$ 1.083. A LA VENTA EN THE WATCH GALLERY.

LONGINES GRANDVITESSE. CRONÓGRAFO 24 HORAS CON MOVIMIENTO AUTOMÁTICO, CAJA CON DOBLE TAQUÍMETRO EN EL BISEL DE ACERO INOXIDABLE PULIDO, Y BRAZALETE DE ACERO CON HEBILLA DESPLEGABLE (O DE CUERO). A LA VENTA A PARTIR DEL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO, EN TESTORELLI 1887, APROXIMADAMENTE A US$ 4.500.

MUÑECAS DE PESO

SI TENÉS UN BRAZO DE BUEN TAMAÑO, PARA VOS SON ESTOS RELOJES DE CAJA GRANDE Y BRAZALETES ANCHOS. DEPORTE Y VELOCIDAD, LOS ENFOQUES DE TW STEEL Y LONGINES.

LOS MAESTROS TE ESPERAN

Ezequiel Ohata

Pablo Nohara

Roberto Nishida

Cristian Goyhi

Aprendé sushi de primer nivel

Informes y programas a tu disposición en
www.dashi.com.ar o 4776-3500

Sólo mayores de 16 años

minidiseño

ELOGIO DEL KIOSCO

ALLÍ, A LA VUELTA DE CADA ESQUINA, SIEMPRE ESTARÁN ESPERÁNDONOS, COMO UN SÍMBOLO DE LO MÁS PRIMITIVO DEL COMER. RETRO, IMPORTADAS Y EVOLUCIÓN, TRES ESPACIOS DONDE LAS GOLOSINAS REINAN.

RETRO

YA NO ES NOVEDAD DECIR QUE LA NOSTALGIA VENDE PRODUCTOS Y SERVICIOS. Y EL MARKETING RETRO NO PUEDE ESTAR AUSENTE SI HABLAMOS DE GOLOSINAS. POR ESO NO DEBERÍA SORPRENDER A NADIE QUE EL KIOSCO TODAVÍA VENDA CARAMELOS 1/2 HORA (¿CONOCEN A MUCHOS FANÁTICOS DE ESTOS CARAMELOS?), PARAGUITAS, CORAZONCITOS DORIN'S O ¡MIELCITAS!, ES LA MISMA RAZÓN LA QUE EXPLICA QUE LA VAUQUITA HAYA REGRESADO Y QUE AHORA, EN VEZ DE LOS TITANES EN EL RING, EL JACK NOS TRAIGA A HOMERO SIMPSON. ¿CUÁL ES TU FAVORITA?

INTER NACIO NALES

EL FANATISMO POR LAS GOLOSINAS NO SABE DE FRONTERAS. Y ES POR ESO QUE EN MOMENTOS DE CRISIS, CUANDO DEJAMOS DE COMPRAR MOSTAZA O CERVEZAS IMPORTADAS, LOS DULCES NO ENTREN EN LA NEGOCIACIÓN. LOS M&M'S, EL CHOCOLATE SNICKERS O LAS PASTILLAS NERDS, EJEMPLOS DE LA DEVOCIÓN POR EL KIOSCO QUE VIENE EN *CONTAINERS*.

EVO LU CION

DICEN LOS ESPECIALISTAS QUE SOLO UNA MARCA EXITOSA Y CONSOLIDADA PUEDE EXTENDERSE SIN SUFRIR TROPEZONES. AQUÍ, ENTONCES, ALGUNOS EJEMPLOS DE LA EVOLUCIÓN DE LAS GOLOSINAS MÁS CLÁSICAS.

TEXTO MACO LUCIONI

LOS 10 VINOS QUE TENÉS QUE PROBAR EN 2009

LE PEDIMOS A NUESTRO *WINE WRITER* QUE ARME UN TOP 10 PARA PROBAR DE ACÁ A FIN DE AÑO, SIN APUROS Y BUSCANDO LA SITUACIÓN IDEAL. AQUÍ, SU EXQUISITA SELECCIÓN.

1 AMALAYA 2006

BODEGA COLOMÉ, $ 37.

Excelente exponente de la vitivinicultura salteña que elabora la bodega del magnate suizo Donald Hess en la altura de Colome. Es un corte elaborado con uvas Malbec, Cabernet Sauvignon, Syrah, Tannat y Bonarda, apto para todo tipo de público. Perfecto para una noche de empanadas entre amigos.

2 [illegible]NO MALB[illegible] [illegible]07

[illegible]EGA VIÑA COBOS, [illegible]

[illegible] madera, lo cual ya se percibe en nariz. Si querías impresionar a un extranjero con un tinto bien argentino sin equivocarte, este es el vino. Va a andar bien [illegible] una gran variedad de platos de estructura media.

3 GRAN LUR[illegible]N CORTE FRIULIANO 2007

BODEGA DOMAINES FRANCOIS LURTON, $ 60.

Lanzado en 2008, este corte blanco tiene, entre las cepas que lo componen, Tocai Friuliano y Pinot Gris, y una pequeña proporción de Chardonnay y Torrontés. Es ideal para la cena con la chica a la que no le gusta el tinto. La vas a impresionar, sobre todo si, además, pedís ostras frescas.

4 CLOS [illegible]

BODEGA CLOS DE LOS SIETE, $ 65.

Vino emblema de Clos de [illegible] Siete, inversión francesa en el Valle de Uco, Mendoza. Un *blend* tinto, robusto y sólido, para exigen[illegible] con una relación precio-calidad ex[illegible]lente. Pide comida al lado, especialmente platos consistentes a base de carne.

5 CRUZAT LARRAIN ROSÉ 2005

BODEGA CRUZAT, $ 67.

Uno de los tres grandes espumantes de esta bodega especializada en este tipo de vinos. Para el *rosé* se utilizan mayoritariamente uvas Pinot Noir. Si estás por enfrentar una salida romántica, sin dudas, esta es tu mejor elección. Y no pienses que sólo es para brindar, porque puede maridar muy bien con gran variedad de platos.

6 [illegible] 2004

BODEGA FINCA LAS HORAS, $ 75.

Uno de los mejores vinos que supo dar [illegible] Juan. Es un [illegible] vitivinícola [illegible] [illegible]ncia y que gusta de inmediato a todo buen tomador de tintos. Este Gran Syrah merece una oca[illegible] [illegible] con salsa de hongos le irá genial.

7 CUVELIER LOS ANDES 20[illegible]

BODEGA CUVELIER LOS ANDES, $ 78.

Seguramente, este *blend* tinto es uno de los vinos con mejor relación calidad-precio del mercado argentino. Para elaborarlo, se utilizan uvas de la variedad Malbec principalmente, conjugadas con Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah y Petit Verdot. Es especial para paladares con algo de experiencia y por su estructura será buen compañero de las carnes rojas en general.

8 BODEGA TERRAZAS DE LOS ANDES, $ 90.

Elaborado con una rara variedad de uva francesa de [illegible] Petit [illegible] postre en sí mismo. Aunque no seas amante de este tipo de vinos, te recomiendo que lo pruebes. Las mujeres mueren al hacerlo. Acompaña bien postres cítricos y tartas dul[illegible]

9 RIGLOS GRAN CABERNET SAUVIGNON 2006

BODEGA RIGLOS, $ 140.

En un mercado invadido por buenos Malbec, los grandes Cabernet son casi una rareza. Este Riglos es uno de ellos. Robusto, intenso y de gran estructura, es un vino para paladares avezados y que gusten de esta variedad. Ideal para acompañar platos contundentes, en especial carnes en cocciones largas.

10 CHE[illegible]

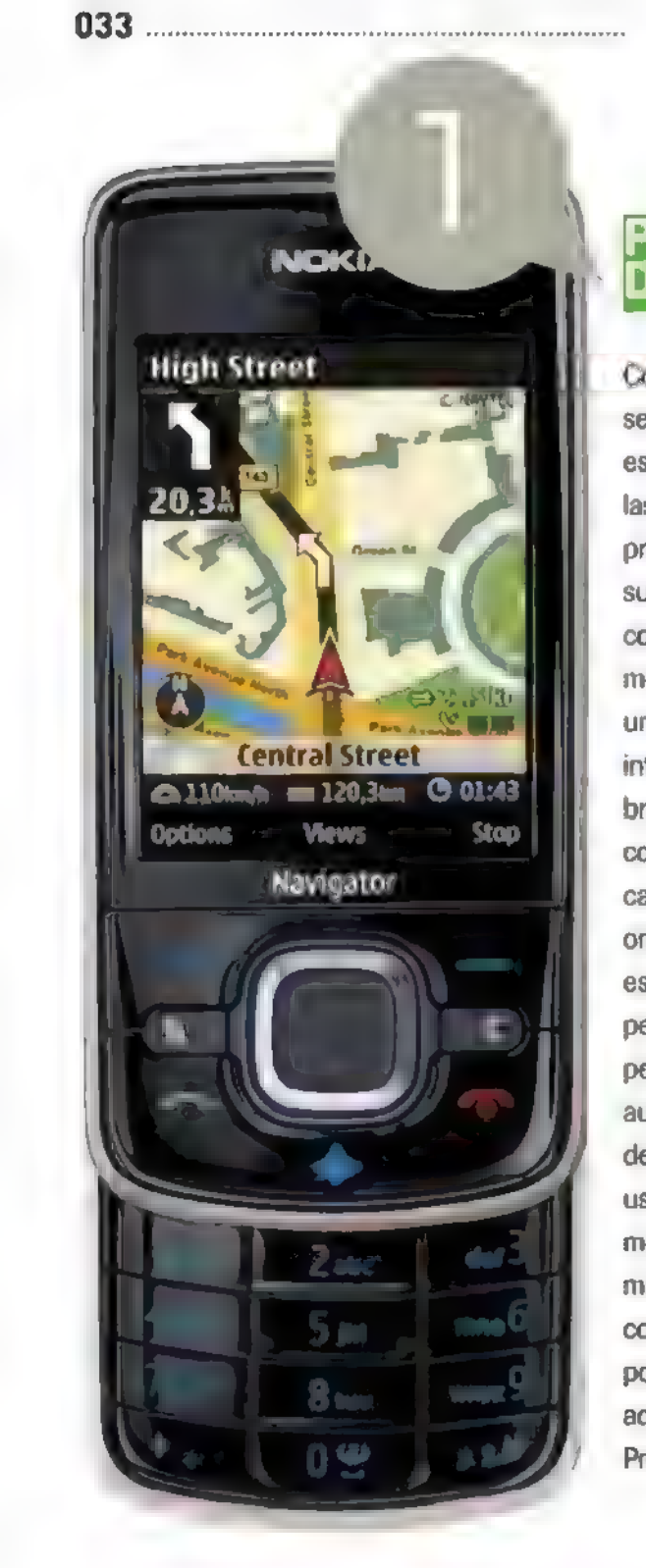
[illegible] Este *blend* tinto es uno de los [illegible] base a Malbec, su mayor virtud es la elegancia. No es apto para novatos y necesita un plato a medida, aunque puede disfrutarse solo, después de comer. Vale lo que cuesta.

quiero la información del líder

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

0810-444-EL PAÍS (3572)
www.elpais.com/elpaisargentina

TEXTO EMILIANO SARASOLA



PARA DESUBICADOS

Con tanta tecnología a tu servicio, si te perdés en la calle es porque te colgaste recordando las fotos de la Ritó. Nokia presentó un dispositivo que se suma a la variedad de celulares con guía en tiempo real por medio de GPS, pero esta vez con una tecnología adicional más que interesante. El 6210 posee una brújula integrada que, combinada con un acelerómetro, mide los cambios de dirección y orientación del usuario, especialmente cuando camina, pero también para el auto. Esto permite mantener automáticamente la orientación del mapa callejero que estamos usando y no tener que girar el móvil para comprender mejor el mapa. Además, viene precargado con mapas locales y brinda la posibilidad de comprar mapas adicionales *on-line*.
Precio: $ 1.549.

PODEROSO EL CHIQUITÍN

Si estás buscando espacio para tus creaciones digitales, acá una solución. Samsung lanzó una nueva línea de discos duros externos, cuya versión de 500 GB permite almacenar hasta 142.000 fotos digitales, 125.000 canciones y 200 horas de películas en DVD. Además, posee un indicador de capacidad que le permite al usuario ver el espacio disponible, utilizado o destinado al almacenamiento de copias de seguridad. El detalle de diseño es su reverso símil cuero. Se conecta a la PC mediante USB. Precios: $ 899 (500 GB); $ 649 (320 GB), $ 549 (250 GB); $ 449 (160 GB); $ 599 (120 GB).

ESPECIAL PARA *GAMERS*

[illegible]

4

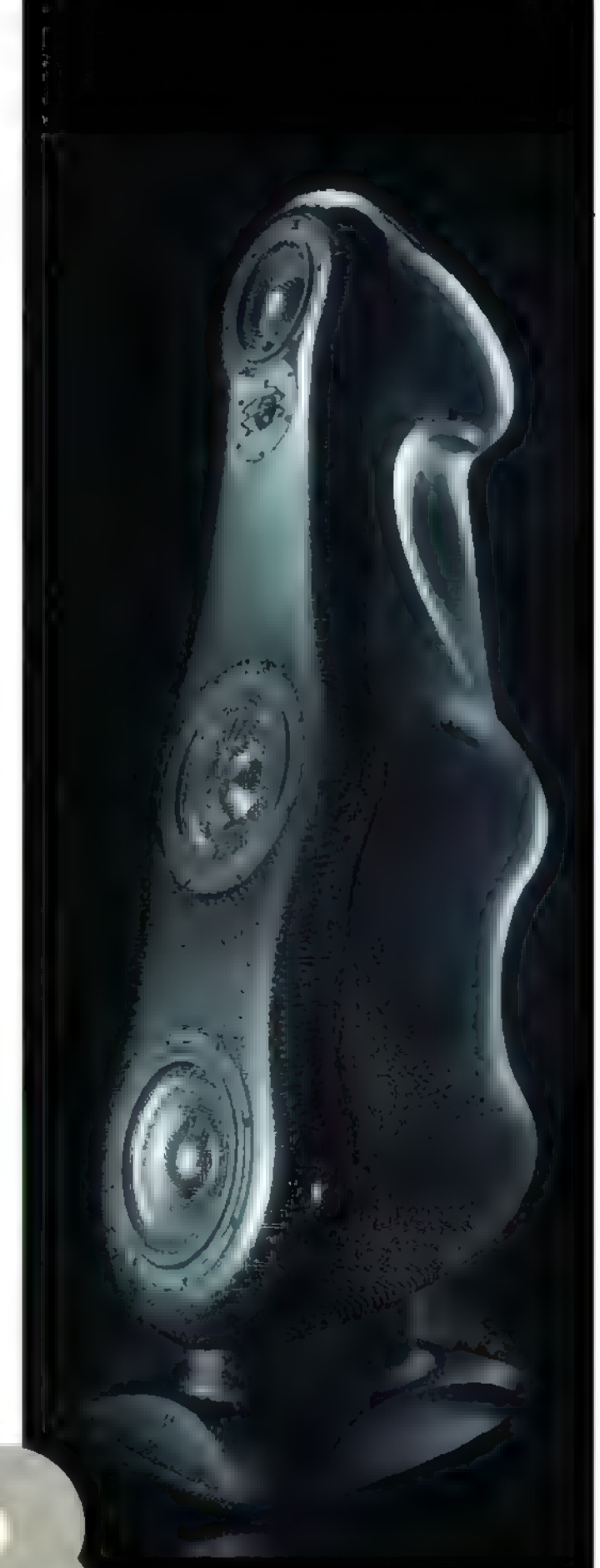
HACÉ TU PROPIO DESPLEGABLE

Si de píxeles hablamos, nadie puede gritar más fuerte que Sony (por ahora). La empresa japonesa lanzó al mercado la cámara réflex DSLR-A900, cuyo sensor CMOS "Exmor" de 35 mm produce imágenes con una resolución de 24,6 MP. También incorporaron un sistema de estabilización de imágenes que compensa la falta de pulso basculando el sensor de la cámara. Además, puede llegar a capturar hasta 285 imágenes consecutivas en el modo JPEG estándar o 12 fotos en el formato RAW. Precio: $ 13.999 (sólo el cuerpo).

5

LENTE DE ZAFIRO

Con un diseño elegante, que hace recordar al modelo V70 de hace ya varios años, Motorola presentó el Aura, un celular que se destaca por su estructura, más que por su *software*. Tiene pantalla redonda de tipo LCD protegida por un cristal de zafiro de 62 quilates que evita rayaduras. La carcasa es de acero inoxidable, con diseños químicamente grabados en su superficie y luego pulidos a mano (la fabricación del frente toma casi dos semanas). Además, su mecanismo de apertura giratorio está compuesto por más de 200 piezas de precisión y los engranajes se encuentran protegidos con el mismo revestimiento que se utiliza para motores de competición de alto rendimiento. Por supuesto, todo esto tiene su precio: US$ 2.000 (en Europa).



6

Y CANTÓ LA GORDA

"It's not over till the fat lady sings" (Esto no termina hasta que la señora gorda cante). Con este refrán como referencia, la empresa Israelí Morel presentó el speaker de lujo Fat-Lady, un altavoz que llevó más de dos años de desarrollo e investigación. Fue construido con fibra de carbono tejada, mezclada con fibra de vidrio y resina epoxi. Su gabinete de líneas curvas se diseñó para vibrar en forma controlada y utilizar esta energía como parte del sonido reproducido. Es decir, "canta" al ritmo de la música, pero se detiene de inmediato cuando el sonido se apaga, por lo que no hay ningún retraso en las resonancias. Lo único que no suena bien es su precio: 14.000 euros (eso sí, por dos unidades).

TEXTO GASTÓN LETURIA

VOLVER AL PASADO

SÓLO 75 PRIVILEGIADOS PODRÁN TENER EL MERCEDES-BENZ SLR STIRLING MOSS, UN PRECIOSO HOMENAJE CON ENFOQUE RETRO AL PILOTO BRITÁNICO QUE FUE COMPAÑERO DE JUAN MANUEL FANGIO EN 1955. DISEÑO Y LUJO, POR 750.000 EUROS.

FICHA TÉCNICA

MOTOR	V8 SUPERCHARGED
CILINDRADA	5.400 CM³
POTENCIA	650 CV
TRACCIÓN	TRASERA
TRANSMISIÓN	AUTOMÁTICA, 5 VEL.
VELOCIDAD MÁXIMA	350 KM/H
ACEL. 0-100 KM/H	3,5 SEGUNDOS

LA MIRADA PLAYBOY

HOMENAJE. Mercedes-Benz hace gala de su pasado y va de homenaje en homenaje. Esta edición especial es en honor al piloto británico Stirling Moss (compañero de equipo de Juan Manuel Fangio en 1955), que aún tiene el récord en la Mille Miglia: 10 horas, 7 minutos y 48 segundos.

DE CARA AL SOL. El diseño plantea muchas particularidades, como por ejemplo la ausencia de techo, ventanillas y parabrisas... Igual, tiene unos pequeños deflectores que expulsan el aire hacia arriba. Es el auto más rápido del mundo con esas características.

ARTESANAL. Materiales como el aluminio, el cuero y la fibra de carbono se combinan en este súper deportivo maravilloso, que se presentó en el primer Salón del Automóvil de este 2009, realizado en Detroit. La fabricación está a cargo de McLaren (Woking, Inglaterra) y el motor es un producto de Mercedes-AMG (Affalterbach, Alemania).

RETRO-MODERNO. Cuando los cráneos de MB se sentaron a pensar en este homenaje, jamás se hubieran imaginado que podrían crear con tanta fidelidad esta pieza única, que une líneas del 300 SL original con la SLR McLaren.

EXCLUSIVO. Saldrá a la venta este año, serán sólo 75 unidades y para clientes que tengan una SLR McLaren, que deja de fabricarse este año. Tendrá serigrafiado el nombre de Stirling Moss en la base de la palanca de cambios y costará unos 750.000 euros.

TEXTO CHRIS NAPOLITANO [DIRECTOR EDITORIAL DE PLAYBOY ESTADOS UNIDOS]

MACHO *NOT DEAD*

PARECÍA QUE POR FIN LA ERA DEL METROSEXUAL SE TERMINÓ Y AHORA LA CAPA DE REGO VUELVE A RENDIR SUS FRUTOS A LA HORA DE LA CONQUISTA. SOBRE EL FLAMANTE HOMBRE NEOSEXUAL, ESCRIBE NUESTRO AMIGO CHRIS NAPOLITANO, DIRECTOR DE LA VERSIÓN ESTADOUNIDENSE DE *PLAYBOY*.

CADA VEZ MENOS HOMBRES SE identifican con el metrosexual. ¡Gracias a Dios!

No se trata de que un poco de crema en la piel de un hombre mate la masculinidad ni mucho menos, pero la mayoría no quiere que se los identifique por la cantidad de esfuerzo que ponen en su apariencia.

Es un hecho: hoy, las mujeres que conozco, no quieren que el hombre compita con ellas por un lugar en el baño. Así que, amigo, devolvele de una vez por todas la ropa a tu hermana, que eso nunca estuvo de moda, ¡mucho me-nos ahora!

Parecía que repentinamente los *freaks* de la tecnología eran los nuevos *sex symbols*. Sólo que no lo eran. Por lo menos, no para las chicas. ¿Quién entiende lo que ellas quieren?

Piénsenlo así: sólo por el hecho de que las mujeres se estén destacando en sus lugares de trabajo, no significa que se hayan dejado crecer la barba. Y, aunque a primera vista el rol del hombre de hoy aparezca como algo complicado, la buena noticia es que hay que empezar a verlo como una síntesis de lo mejor de los íconos masculinos del último medio siglo.

Pero... ¿cómo llegamos hasta acá? ¿Quién es este nuevo hombre?... Se necesita una lección de historia.

Comencemos con el aspecto. Durante la primera mitad de la era moderna, la manera de *lookearse* para pasarla bien y conseguir buen sexo era ir desaliñado por la vida. Desde James Dean hasta Mick Jagger... ninguna mujer podía resistirse a estos hombres tan rudos. Las estrellas de rock tenían un código salvaje y la mayoría de los hombres jóvenes lo seguían. Para la misma época, su contrapartida femenina estaba pasando por una nueva transición. La transformación del modelo femenino pasaba de "feminista en pantalones" a "bomba sexual".

Bienvenida la nueva era. Un mundo en el que la alta tecnología, teléfonos, videos eran más que herramientas, convirtiéndose en *standards* de estilo. El hombre que hizo que todo eso tuviera sentido, el ícono de este modelo, fue ni más ni menos que George Clooney. George se veía muy bien en un súper traje, se-guramente olía bien de cerca, tomaba vino caro y jugaba al golf. ¿Las chicas? Lo adoraban. El primer proyecto del metrosexual ya estaba en el aire, aun-

LOS NÚMEROS DEL CAMBIO

→ El **72% de las mujeres** [illegible] fuerte y decidido, que sepa lo que quiere, lo busque y lo consiga

→ Más del **50% de las morochas** coincidió con esta idea de la masculinidad; más moderadas se mostraron las rubias y las castañas.

→ El **85% de las mujeres** [illegible] que el hombre las bese con pasión y las lleve a la cama sin dudar

→ El **90% de las encuestadas prefiere** un llamado telefónico a un simple y trivial SMS.

→ El **75% afirmó** [illegible] (cremas para el cuidado del cuerpo, productos para el cabello, cirugías, etc.)

→ Al **60 % no le gusta** que ellos tarden más en arreglarse antes de salir. No es cuestión de que salgan descuidados, simplemente de que no pasen más tiempo que ellas delante del espejo.

→ El **81% de las mujeres** [illegible] pero que, en esa fuerza y vigor, no deje totalmente a un lado la sensibilidad

→ El **85% de las argentinas** encuestadas considera que los hombres deben guiarse por su propio instinto para definir su actitud frente a una mujer.

INSTINTO AXE

Cada vez que Axe lanza una fragancia, hay que estar atentos, porque la novedad puede venir con buena info. Es que el desodorante de Unilever suele generar investigaciones de mercado que luego se transforman en tendencias de alcance global, convirtiéndose en una marca formadora de opinión. Es lo que sucediendo con su última encuesta: La consultora Datos Claros entrevistó a 2.800 mujeres de 18 a 35 años en catorce países incluido la Argentina. Y a la par de los resultados, Axe lanza Instinct, con la rudeza del cuero como elemento inspirador de la fragancia.

que después se fue de las manos.

Algunos tipos lo entendieron, otros se desorientaron. La vida glamorosa era demasiado delicada y sensible, demasiado femenina. Así que, por un lado, estaban los que seguían el ca-mino de la nueva coquetería, mientras otros continuaban moviéndose al ritmo de AC/DC.

Bueno, el nuevo hombre lo supo. En una era en la que el individualismo es lo que prevalece, él entendió cómo resaltar sus fortalezas. Nunca va a dejar de ser atlético y ya ha dominado a su deporte favorito. Sabe cuándo reunirse con un grupo de amigos, cuándo andar solo y sabe mantenerse firme. Sabe cuándo aparecer desaliñado y cuándo no.

Este nuevo hombre no adora como ídolo a George Clooney actor de cine; admira a George Clooney productor y constructor de su propio destino. Aprecia el fuego y la competitividad de Rafael Nadal. Sabe que la vida es un viaje y elige disfrutar del paseo antes que llegar rendido al destino. Está bien soñar con una casa en la playa y acostarse con la mejor mina… sólo que hay que lograr que dure. Eso es el éxito.

El nuevo hombre no ha abandonado sus atributos de varón, no necesita dejar a un lado ninguna de sus necesidades genéticas para poner a prueba su valentía, su destreza o su fuerza; y sólo porque se cuide no significa que no te va a besar con pasión. Se trata, simplemente, de que sabe dónde pararse. Encontró su lugar en el mundo y encaja perfecto.

RUMBO A LA OFICINA

TE LO RECORDAMOS: SE PUEDE USAR TRAJE Y NO SER UN MANIQUÍ. POR ESO, ACÁ VAN ALGUNAS OPCIONES PARA QUE LA FORMALIDAD NO SEA UNA TORTURA A LA HORA DE VESTIRTE.

FOTO GONZALO CORRADO // ESTILISMO GEORGINA COLZANI

ANTEOJOS DE LECTURA, $ 500, INFINIT. CAMISA, $ 411, POLO RALPH LAUREN. CORBATA EN SEDA A RAYAS, $ 510, POLO RALPH LAUREN. *TRENCH* IMPERMEABLE, $ 645, HERMANOS ESTEBECORENA. CINTURÓN DE CUERO, $ 95, CHRISTIAN LACROIX. PANTALÓN DE VESTIR, $ 130, PHIL GREEN. BOLSO URBAN MOBILITY, $ 550, PUMA. ZAPATOS DE CUERO, $ 450, MAGGIO Y ROSSETTO.

GAFAS DE SOL, $ 360, INFINIT. AMBO TIZADO, $ 1.835, ADOLFO DOMÍNGUEZ. CAMISA, $ 99, PHIL GREEN. CINTURÓN CROCCO, $ 2.448, POLO RALPH LAUREN. ZAPATILLAS DE LONA, $ 224, PUMA LÍNEA 917. CELULAR MOTO Q9H, DESDE $ 1.329, MOTOROLA.

AMBO CON CONFECCIÓN ITALIANA EN COLOR AZUL, $ 3.430, TOMBOLINI. CAMISA BLANCA, $ 270, TOMBOLINI. CORBATA EN SEDA NATURAL ITALIANA, $ 230, TOMBOLINI. CINTURÓN CROCCO, $ 2.448, POLO RALPH LAUREN. ZAPATOS DE CUERO, $ 450, MAGGIO Y ROSSETTO.

AMBO MARRÓN, $ 1.298 GIESSO, CAMISA, $ 270, TOMBOLINI. CORBATA EN SEDA NATURAL, $ 731, POLO RALPH LAUREN. MORRAL EN CUERO, $ 1.290, MAGGIO Y ROSSETTO. CINTURÓN EN CUERO, $ 92, GIESSO.

AMBO PRÍNCIPE DE GALES, $ 6.600, POLO RALPH LAUREN. CAMISA, $ 411, POLO RALPH LAUREN. CORBATA EN SEDA NATURAL CON LUNARES, $ 731, POLO RALPH LAUREN. PAÑUELO DE SEDA NATURAL, $ 335, POLO RALPH LAUREN. CINTURÓN CROCCO, $ 2.448, POLO RALPH LAUREN. ANTEOJOS DE LECTURA, $ 480, INFINIT.

PRODUCCIÓN GENERAL. ANA GUZIK PARA IGNEO COM + **ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA.** VALERIA ROSSI + **MAKE UP & PELO.** SOLANGE PERKES + **MODELO.** LUCAS COSTESKI PARA CIVILES MANAGEMENT + **AGRADECIMIENTOS.** MANIQUÍES INSTALFER WWW.MANIQUIESMANIQUIES.COM.AR Y CORPORACION ANTIGUO PUERTO MADERO

TEXTO ROMAN HUCHT

APARECIÓ LA LUZ AL FINAL DEL CAMINO

A QUINCE MESES DE SUDÁFRICA 2010, YA SE PERCIBE LA INFLUENCIA DE MARADONA EN LA SELECCIÓN, UNA INVITACIÓN AL OPTIMISMO DE CARA AL TRAMO FINAL ELIMINATORIO

CON EL RETORNO DE LAS ELIMINATORIAS en el horizonte cercano, bien vale hacer un repaso de lo que mostró y fundamentalmente de lo que intentó Diego Maradona al frente de la selección.

El primer dato valioso fue que, sin detenerse a protestar por la falta de tiempo de trabajo, el técnico se lo empezó a fabricar con mucha autogestión. Viajó por Europa y tomó contacto con sus dirigidos para conversar de cuestiones futbolísticas, pero también humanas. Si los jugadores no pueden venir a Diego, entonces Diego va hacia los jugadores.

Respecto de los aspectos del juego, el triunfo 2-0 ante Francia dejó material para el análisis. Las ausencias de Riquelme y Verón le confirmaron a Maradona que el apoyo a la selección no es prioridad absoluta para los equipos, ni siquiera los locales. Sin embargo, y más allá de hacerse oír, el DT capitalizó lo positivo del caso y armó un equipo con un dispositivo táctico diferente, apostando a ese plan alternativo que tanto se reclamaba en tiempos antiguos y que, pensando en variantes para jugar ante diferentes rivales, resulta indispensable. La posibilidad de sumar en el futuro a Román y a la "Brujita" invita a soñar a lo grande, pero si deben faltar, está bueno tener algún ensayo que sirva como antecedente.

Por otra parte, la superpoblación de buenos jugadores no lo desenfoca a Diego a perder el objetivo primordial, que es armar el mejor equipo. Contar con excelentes elementos no implica ubicarlos a todos juntos, si esto representa perder el equilibrio o alterar la naturaleza lógica de cualquier conjunto. Tener a todos los buenos juntos no garantiza jugar bien, y la inclusión de Gutiérrez por Tévez para detener al movedizo Ribéry fue un acto de lucidez de parte de Diego. Él sabe que para que los mejores hagan la diferencia, el soporte colectivo tiene que estar garantizado.

Además, resultó interesante ver cómo todos se sienten valiosos sólo por pertenecer. El desembarco del más grande les devolvió motivación a los jugadores. No porque la hubieran perdido respecto del orgullo de vestir la camiseta argentina, sí por cierto desgaste natural que se había producido en el ciclo anterior y que redundaba en los rendimientos y, por ende, en los resultados. Diego cambió el foco. Maradona se lleva todas las cámaras y las presiones. Los suyos juegan para él y los rivales, para ganarle al equipo de él.

Apuntando a nombres específicos, varias cosas pueden decirse, casi todas gratificantes. Tener una dupla de mediocentros como Mascherano y Gago es un verdadero lujo para cualquier entrenador. La capacidad sobrenatural de Mascherano para recuperar un número inverosímil de pelotas, es asombrosa. Su personalidad empuja al equipo y lo hace agresivo desde lo posicional, y la cinta de capitán que con gran pupila le dio Diego, lo transforman en el emblema del equipo. A su lado, Gago demuestra su madurez y su fineza para hacer prolija la circulación del balón.

En el arco, la confirmación de Carrizo no admite polémica alguna. Más allá de sus inconvenientes en la Lazio, donde la ola de malos resultados lo eyectó de la titularidad, la camiseta albiceleste y la mano de Diego resultan un refugio para cualquiera.

Messi siempre es un capítulo aparte. Siendo en la actualidad el mejor del mundo –su nivel hoy es superior al de Cristiano Ronaldo–, sus apariciones fugaces son decisivas. Es cierto que desaparece del juego por espacios más largos de lo recomendable, pero ya se sabe, lo ideal es enemigo de lo bueno. Independientemente del fabuloso aparato marketinero que tiene alrededor, es obligatorio cuidarlo porque ahí está el as de espadas para ganar la partida final.

DIEGO SE LLEVA LAS CÁMARAS Y LAS PRESIONES. LOS SUYOS JUEGAN PARA ÉL Y LOS RIVALES, PARA GANARLE AL EQUIPO DE ÉL.

Venezuela y Bolivia, rivales de la Argentina de este mes, presentarán esquemas defensivos y en el caso del juego de La Paz, la altura, como siempre, sumará una dificultad extra. Habrá que armar el mejor equipo, elegir el mejor esquema y practicar el mejor fútbol. La ilusión de lograrlo está recuperada y la magia del más grande de todos los tiempos adentro, ya empezó a influir desde afuera. La luz al final del camino ya no es una utopía. Para Sudáfrica 2010 faltan quince meses. Pero con este panorama, mucho trabajo y humildad, el tiempo parece ser un aliado.

DEPORTE	DÍA/HORA	TV
FÚTBOL		
ELIMINATORIAS		
ARGENTINA VS. VENEZUELA	sábado 28/ a confirmar	Canal 13
COPA LIBERTADORES		
DEPORTIVO TÁCHIRA VS. BOCA	miércoles 4/ 18:00	Canal 13
GUARANÍ VS. BOCA	miércoles 18/ 20:45	Canal 13
UNIV. SAN MARTÍN VS. RIVER	jueves 5/ 20:30	Fox Sports
NACIONAL VS. RIVER	jueves 19/ 21:45	Fox Sports
D. QUITO VS. ESTUDIANTES	martes 10/ 17:00	Fox Sports
ESTUDIANTES VS. D. QUITO	jueves 19/ 19:15	Fox Sports
LIBERTAD VS. SAN LORENZO	jueves 5/ 19:00	Fox Sports
SAN LORENZO VS. LIBERTAD	miércoles 18/ 19:30	Fox Sports
CHAMPIONS LEAGUE		
OCTAVOS DE FINAL	martes 10/ a confirmar	ESPN & ESPN+
TENIS		
COPA DAVIS		
ARGENTINA VS. HOLANDA	vie. 6 al dom. 8/ 11:00	TyC Sports
INDIAN WELLS	jueves 12/ a confirmar	ESPN
ATP DE MIAMI	miércoles 25/ a confirmar	ESPN
F1		
GP DE AUSTRALIA	domingo 29/ 3:00	Fox Sports
TC		
BALCARCE	domingo 1/ 9:00	Canal 13/ TyC Max
BUENOS AIRES I	domingo 22/ 9:00	Canal 13/ TyC Max
RUGBY		
TORNEO DE LAS 6 NACIONES	sáb. 14, dom. 15 y sáb. 21/ a confirmar	ESPN +

3 MEGAS
$54
POR MES

CONECTATE A FIBERTEL Y DISFRUTA MAS DE INTERNET. 3 MEGAS A $54 POR MES DURANTE 6 MESES.

0810.122.0200

WWW.FIBERTEL.COM.AR

FiberTel
El poder de Internet

PRODUCTO SUJETO A DISPONIBILIDAD GEOGRAFICA Y TECNICA. PROMOCION VALIDA PARA LOS PRODUCTOS FIBER 3M, SOLO PARA NUEVOS CLIENTES DEL 1/3/2008 AL 31/3/2008 O HASTA AGOTAR STOCK DE 5000 MODEMS, LO QUE OCURRA PRIMERO. LA PROMOCION INCLUYE DICHO PRODUCTO CON UN ABONO DE $54 FINAL POR MES DURANTE 6 MESES. A PARTIR DEL 7MO MES CONSULTAR EL ABONO VIGENTE EN WWW.FIBERTEL.COM.AR - VER CONDICIONES, REQUISITOS DE CONTRATACION Y AREA DE COBERTURA DE LA PROMOCION PARA EL PRODUCTO FIBER 3M EN WWW.FIBERTEL.COM.AR. CABLEVISION S.A. HORNOS 889 C.A.B.A. CP 1272. CUIT 30-67385299-4. APPLE, EL LOGOTIPO DE APPLE E IPOD SON MARCAS DE APPLE INC., REGISTRADAS EN EE.UU. Y EN OTROS PAISES. APPLE INC. NO ES PATROCINADOR O RESPONSABLE DE ESTA PROMOCION.

LYCRA

Dufour
ROMBOS

MARIA INFEGUE OTR

Hace rato que la queríamos disfrutar. Y por suerte ese instante llegó y ella apareció linda y fatal ante la cámara de PLAYBOY para mostrar por qué fue el cuerpo más convocante de Mar del Plata. Más rebelde y provocativa que nunca, llega ella, Vedettísima. Y un detalle: ¡desnuda de verdad!

foto **luis sens** // estilismo **cintia serrano**

ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA. MAUO D'AMICO + **MAKE UP & PELO.** GUSTAVO RESQU N + **AGRADECIMIENTOS.** MARINA CUCC ONC, BURDEL, BELEIDADES, PARUOLO, ALMACEN DE BELLEZA, AMOR LATINO, AYRES, COMPLEJO LA LLORONA [COFFE HOUSE, COCINA DE AUTOR, MUSICA, CLUB PROVADO, PUB, DISCO] -OLAVARRIA Y EL MAR- BYMPUBLICIDADYMEDIOS@GMAIL.COM.

TEXTO LUIS GÜERRI // FOTO LOS VOCALINO

Darío Straschnoy es una leyenda viva. Como presidente de Young & Rubicam, puso a infinidad de marcas en la cabeza de la gente y formó a casi todos los creativos que convirtieron a la Argentina en una potencia mundial de la industria de la publicidad.

EL SEÑOR DE LOS AVISOS

EL IPHONE SE CAE, PERO LOS SILLONES COLOR CRUDO SON bajos y la alfombra es alta y amortigua el impacto. Nada ha pasado. Él vuelve a la posición de la que casi no se moverá durante los 53 minutos de charla ininterrumpida: siempre apenas inclinado sobre su lado derecho y con un golpe ligero y frecuente de sus pies sobre la alfombra salvadora.

El teléfono de Apple quizá sea la metáfora menos rebuscada para entender por qué **PLAYBOY** se acercó hasta las oficinas locales del gigante Young & Rubicam (Y&R), a pocas cuadras de Alto Palermo, para conversar con Darío Straschnoy, presidente de esta agencia de publicidad desde 1988, y para comprender cómo este hombre parsimonioso de 61 años y tres o cuatro horas semanales de tenis sigue siendo un referente indiscutido de la industria publicitaria argentina, invadida por creativos que no tienen más de 40 años, y que con sus pelos prolijamente desordenados, sus zapatillas modernas y su desaliño generalizado enfrentan todos los días a ejecutivos como Straschnoy, vestidos de pantalones caqui, zapatos acicalados y camisas salidas de una publicidad de planchas.

Los creativos son una pasión para Straschnoy. Desde que se inició en esta actividad, bajo su ala crecieron los profesionales que pusieron a la publicidad argentina entre las mejores del mundo, peleándole el liderazgo a Inglaterra, los Estados Unidos, Brasil, como si nuestro país fuera un país normal. Desde Gabriel Dreyfus hasta Damián Kepel, pasando por Pablo del Campo, Carlos Bayala, Juan Cravero, Hernán Ponce, Ramiro Agulla y Carlos Baccetti, todos trabajaron con el presidente de Y&R.

Luce como un tipo demasiado simple para una profesión tan compleja. Él repite: "Cuando una idea es buena, es buena". "Me encantan los comerciales buenos". "Los creativos buenos, son buenos". Y abre los ojos cuando lo dice. Faltan un par de días para que salga al aire la nueva campaña que la agencia creó para TyC Sports y Straschnoy está ansioso como en las épocas en las que prefería adornar su rostro con un bigote que duró treinta años y de cuya fecha de vencimiento ya ha pasado más de un lustro. Vuelve a inflar los ojos y dice: "Quiero saber ya qué va a decir la gente del nuevo comercial".

Es el minuto a minuto que Straschnoy vive sin restricciones, aun cuando el contexto parece no acompañar y los problemas financieros globales se presentan como una suerte de obstáculo en el vínculo entre las marcas y sus consumidores. Es interesante conocer la visión que el ejecutivo tiene sobre este momento. "En diciembre, ganamos la cuenta de Banco de Gali-cia. Nosotros tenemos más trabajo del que podríamos tener. Entiendo que no son las generales de la ley".

PLAYBOY: **En momentos de crisis, ¿cómo se modifica el vínculo de la marca con la gente?**

STRASCHNOY: Las marcas integran el mundo de las personas. Y, como miembros de tu mundo, no está bueno que las marcas desaparezcan en estos momentos. Después, podemos discutir la forma en la que tienen que aparecer. Cuando hay crisis, que tus conocidos no te saluden, no está bueno. Igual, aunque pueda parecer totalmente loco, siento que los medios amplifican la crisis todos días. Primero de todo, cuando a un argentino le dicen "crisis", es muy diferente de que a un europeo le digan "crisis". Para nosotros, la representación de la crisis es el año 2002. Y 2002 es horrible. Entonces, cuando se le da manija a la crisis, se está generando una profecía autocumplida. Con lo cual, la están amplificando y la están motorizando. Y por otro lado, no termina de calificarse cuándo es crisis. En realidad, la mayoría de los pronósticos dice que la Argentina va a crecer 0%, entonces vamos a estar igual. Por eso, creo que si la Argentina este año crece 0%, es decir, no crece, para nosotros no es crisis.

PLAYBOY: **Pero si la sensación está instalada, las marcas igual tienen que pensar ideas para un contexto de crisis. ¿O no?**

STRASCHNOY: La función de las marcas es resolverle los problemas a la gente. Está bueno regalar un porcentaje extra en tu producto, sumar un potecito, ahí estamos reconociendo la situación. No me imagino a alguien que quiera escuchar un comercial que diga que estamos en crisis; sí hay que ponerle onda a la situación, regalar una sonrisa.

PLAYBOY: **¿Eso lo aprendiste con los años? ¿Cómo fue evolucionando la percepción que la gente común, la que compra los productos que ustedes venden, tiene de la publicidad?**

"LA MAYORÍA DE LOS PRONÓSTICOS DICE QUE LA ARGENTINA VA A CRECER 0% ESTE AÑO. POR ESO CREO QUE SI EL PAÍS FINALMENTE CRECE 0%, ES DECIR, NO CRECE, PARA NOSOTROS NO ES CRISIS".

STRASCHNOY: Pienso que algunas cosas se mantuvieron a través del tiempo: la gente habla de la buena publicidad. Lo que cambió, es que la publicidad tiene un lugar más central que el que ocupaba hace 30 ó 40 años. Actualmente, los diarios cuentan con notas una vez por semana vinculadas a la actividad publicitaria. Aunque no todavía como sucede en los países del primer mundo, donde es una actividad mucho más presente, por ejemplo, en Brasil, donde los publicitarios son verdaderas estrellas.

PLAYBOY: **¿Es muy lejano pensar que esa situación puede repetirse en la Argentina? ¿Falta tiempo y maduración?**

STRASCHNOY: En la Argentina, pienso que quizá no vaya a suceder nunca. No hay un estilo social para que los publicitarios sean estrellas. En Brasil, hay una cuestión glamorosa relacionada a algunas actividades, y una de ellas es la publicidad. En países como Inglaterra o los Estados Unidos, por otra parte, tiene una relevancia también superior porque la actividad representa un porcentaje importante del PBI; los movimientos de los anunciantes de esos países son relevantes económicamente.

PLAYBOY: **Que la publicidad esté mucho más presente que antes en la agenda de los medios, ¿significa que la gente aprendió de la publicidad?**

STRASCHNOY: Pienso que la publicidad encontró un lugar central porque es algo de lo que se habla. Pero si uno lee bien ese fenómeno, la gente

habla de publicidad desde su lugar de receptores de comunicación. Sale un aviso de Quilmes y aquellos que no tomaron Quilmes nunca ni la van a tomar, opinan como los consumidores de Quilmes o de cerveza. Y eso sucede porque se trata de un evento que tiene que pasar todos los años. Y porque determinadas marcas logran ocupar una representatividad en la cabeza de la gente que va infinitamente más lejos que los consumidores de marca. Es un hecho social y cultural.

RESCATE EMOCIONAL

PLAYBOY: **Hace un tiempo, Carlos Baccetti me decía que la publicidad no podía ser la misma ahora que hace diez años, porque actualmente un chico pasa mucho más tiempo frente a la computadora que frente al televisor. ¿Cómo cambia al trabajo creativo ante este tipo de transformaciones?**

STRASCHNOY: En la publicidad, siempre hubo una pregunta tácita, que es: ¿por qué la gente me va a escuchar? ¿Por qué le van a dar bola a un aviso determinado entre tanto bombardeo de información? Yo creo que uno como marca, le tiene que dar algo al público a cambio de que lo escuche, para decirlo en el más plano de los sentidos. La marca le da una sonrisa, una alegría, la posibilidad de participar –en 30, 60 ó 90 segundos– en algo que le produce ciertos sentimientos, y por eso la gente la escucha. Es entretenimiento con un intercambio. La marca, inicialmente, quiere recibir atención. Ese vínculo es hoy mucho más importante que antes. Y es cierto que los chicos y los grandes se pasan más tiempo frente a la computadora que delante del televisor. Pero creo que lo que no ha logrado Internet, como medio, es pasar la emocionalidad.

PLAYBOY: **¿Qué momentos viviste como presidente de Young & Rubicam que reflejaron ese vínculo exitoso con el consumidor? ¿Cuáles son los primeros que te vienen a la mente?**

STRASCHNOY: Pienso que sucedió muchísimas veces. Pasó con la nenita de Hellmann's (*N. de la R.: el aviso se titulaba "Confusión"*), muchas campañas de Quilmes, la campaña "Costumbres" para Visa, el bebé de Unifón, varias campañas para Tulipán, para YPF. Es injusto, porque me estoy olvidando de muchos de esos momentos. ¿Cómo te das cuenta de que ese clic existió? En el bar, en el asado, en el taxi, en la calle. Tengo absolutamente claro que no me sirve lo que me digan acá adentro, salvo →

LA LENGUA POPULAR

En la primera semana de agosto, cuando todavía la temperatura no se animaba a superar los 15 ó 17 grados, los creativos de Young & R[illegible] ya empezaban a vivir su veranito. En el *timing* publicitario, cuatro o cinco meses es prácticamente nada. Por lo tanto, la tradicional campaña estival para la cerveza Quilmes estaba a la vuelta de la esquina.

A casi siete meses del origen de la idea, Darío Straschnoy puede decir tranquilo que la misión fue cumplida y que sus muchachos siguen demostrando que saben hablar el idioma del pueblo. Y si no, dense una vuelta por YouTube, donde, al cierre de esta edición, los comerciales "Mar Azul", "Mar del Plata", "Pinamar" y "Villa Gesell" ya juntaban un millón de visitas, un fenómeno que también alcanzó para que el primero de los destinos (sin dudas, el comercial más logrado de toda la campaña) recibiera el impacto y haya [illegible]do, este verano, un *boom* turístico inédito. Se[illegible]e muchos quisieron conoce[illegible] el b[illegible]ano donde Arruab[illegible] va a barrenar.

PLAYBOY: ¿Sos de seguir ese tipo de resultados? ¿YouTube es el nuevo rating?

STRASCHNOY: Sí. Ahora hace como dos semanas que no me fijo. Además, la gente va a buscar eso activamente en su computadora. Con eso, ya está, el resto no importa. Verlo en YouTube requiere un rol [illegible] porque acá no [illegible]ado y de repente [illegible] Te tiene que interesar, debés ocupar [illegible] para ver eso. Es el nuevo rating.

PLAYBOY: ¿Fue una casualidad esta reivindicación del turismo local? Porque parece adecuarse muy bien a esta sensación térmica de crisis que estamos viviendo.

STRASCHNOY: Nosotros encontramos esta idea que tenía onda, la pensamos más así. Es una idea que está buena, representa a la g[illegible]

→ que me lo diga la señora que sirve el café, mi secretaria; lo que me diga el resto, tiene un sesgo.

PLAYBOY: **Y cuando existe ese éxito en la calle, es raro que no se dé la misma situación en el negocio, ¿no?**

STRASCHNOY: Muy raro.

Straschnoy sabe lo que dice. Los números de Y&R (fundada en Filadelfia en 1923, por John Orr Young y Raymond Rubicam, con más de 150 oficinas operando actualmente en noventa países bajo el paraguas del grupo WPP) son bastante notorios. La agencia que comanda lleva ganados diecisiete leones en Cannes, una competencia que es algo así como el mundial de la publicidad. A nivel local, es la agencia argentina más premiada de los últimos diez años, entre festivales nacionales e internacionales, habiendo obtenido más de sesenta premios sólo en el último año.

Sería imposible encontrar una persona que no haya visto alguno de los avisos de la agencia. Leer el listado de clientes de Y&R basta para entender por qué lo digo. En orden alfabético (perdonen la extensión): ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados), Aguas Danone de Argentina (Villavicencio, Villa del Sur, Levité, V), Alto Palermo Centros Comerciales (Alto Palermo, Abasto y Alto Avellaneda), Arcor, Banco Galicia, Bayer (Bayaspirina, Cafiaspirina, aspirinetas, Actrón, Tabcín, Alka Seltezer, Baya Gel), Cervecería y Maltería Quilmes (institucional, Quilmes Cristal, Bock, Stout, Red Lager y sponsorships –fútbol, rugby, rock–), Colgate-Palmolive (Colgate, Kolynos, Odol, Plax, Palmolive, Polyana, Odex), C&A, Converse, Danone (institucional, Actimel, Casancrem, Cindor, Serenito, Ser, Yogurísimo, Danonino, Danette, Activia, Vidacol), DHL Express, Disco, Editorial Dossier (Lápiz de Platino), Goodyear, Kopelco (Tulipán), LG (electrodomésticos), Massalin Particulares (Chesterfield), Pernod Ricard (Blenders, Bodegas Graffigna, Mumm), Megatone, Sanford Corporation (Parker, Papermate, Liquid Paper), Telefónica Comunicaciones Personales (Movistar), Telefónica de Argentina (institucional), TyC Sports y Visa.

¿Viste o no comerciales de estas marcas? Seguro que sí.

DEL ASADO A LAS FOBIAS

PLAYBOY: **Hablabas del asado, el taxi, la calle. ¿Cómo le explicás a la gente cuál es tu trabajo?**

STRASCHNOY: Hay creativos buscando ideas todo el tiempo. Y así encontramos las ideas que sirven para ese producto, para ese momento y para ese presupuesto. Yo siempre digo que lo bueno es bueno. Cuando a uno le cuentan una idea, hay una sensación de "esto sí, esto no" que te da los años de profesión. Y cuando aparece esa idea que sí, es maravilloso. Nosotros generamos ideas todos los días, para cosas más chiquititas, para otras muy grandes. Y aunque parezca mentira, siempre hay nuevas ideas.

PLAYBOY: **Entiendo que existe cierta subestimación del trabajo de los creativos publicitarios, tanto fuera de la industria, pero muchas veces dentro de ella. ¿Cómo respondés a ese razonamiento? ¿Concidís?**

STRASCHNOY: Yo, como tengo una relación muy afectiva con los creativos, no puedo tener esa mirada. A mí los buenos creativos me encantan, me parecen maravillosos. Obviamente que, como en todas las profesiones, hay creativos que no sirven. A la gente de marketing, lo que suele molestarle es la poca flexibilidad que pueden tener algunos creativos. Pero los buenos, son buenos. Y son tan flexibles o inflexibles como les viene bien.

PLAYBOY: **Muchas veces son inflexibles en defensa de la buena idea.**

STRASCHNOY: Claro. Que un cliente te crea, es un proceso. Que vos es-

tablezcas con el cliente una relación en la que el otro te escuche, es una relación humana de credibilidad que se logra con el tiempo. El primer día, le llevás una idea que le gusta, el segundo día, lo mismo; la tercera idea, entonces, puede ser más arriesgada que las primeras.

PLAYBOY: **Y en tu rol de "creador de creativos", tal como alguna vez te llamaron, ¿qué reflexión te genera haber sido una suerte de formador de los talentos más exitosos de los últimos tiempos de la publicidad argentina?**

STRASCHNOY: Me encantan los creativos, me encantan sus ideas. Además, en un sentido, yo no soy creativo. Por lo tanto, me resulta mucho más fácil darle todo el escenario a ellos. Más allá de eso, esta organización tiene toda una cultura, una forma de pensar, valores. Y eso es lo que hace que funcione. Yo puedo decir que la creatividad me encanta, que me encantan los creativos. Pero si después mis acciones no tienen que ver con eso, no sirve. Pero acá creemos en eso, y por eso los actos de todos los días tienen que ver con esa cultura. Por eso Martín Mercado (*N. de la R.: ex fundador de la agencia La Negra, actual director general creativo de Y&R*) está acá. Porque podría estar en muchos otros lugares. Y estas cosas pasan porque este es un lugar donde la creatividad se ejercita.

PLAYBOY: **De tu generación, son pocos o ninguno los que pudieron mantenerse en lo más alto de la industria. ¿Cuáles fueron las claves para esa continudidad?**

STRASCHNOY: Las cosas van pasando. Yo me levanto todas las mañanas y me encanta venir. Tengo como un motorcito, porque me gusta, me divierte. Estoy en esto porque me gusta, me apasiona. Es una cuestión de constancia. De ganas de trabajar.

PLAYBOY: **¿No hay nada que te haga sufrir o por lo menos que te ponga de mal humor?**

STRASCHNOY: Las cuestiones más burocráticas. Pero cuando llega una idea que está buena, ese día ya está.

PLAYBOY: **Y ante tanta pasión por el trabajo, ¿te cuesta disfrutar del tiempo libre? ¿Apagás los teléfonos el fin de semana?**

STRASCHNOY: No, no los apago nunca. Bueno, algunas veces sí (risas). Pero tengo mi vida, y no me molesta ocupar parte de mi tiempo libre para resolver algo del trabajo. Y eso no quiere decir que esté abrumado por mis obligaciones.

PLAYBOY: **¿Y en qué momento creés que te vas a retirar? ¿Qué te tiene que pasar para que ese pensamiento te pase por la cabeza?**

STRASCHNOY: No me imagino la vida sin hacer algo que me guste tanto como el trabajo. No me puedo imaginar no hacer esto o algo similar.

PLAYBOY: **¿Tenés algún proyecto ahí cajoneado que tengas ganas de llevar adelante?**

STRASCHNOY: Hace un tiempo, se me ocurrió algo que no tengo mucho espacio para poner en marcha, que es armar un fondo para financiar *start ups* que tengan que ver con este negocio, no con la publicidad en su forma tradicional, sino en cualquier forma. El año pasado, quise empezar, pero no pude por tiempo. Pero es algo que me gustaría iniciar.

PLAYBOY: **El año pasado, por primera vez diste una conferencia en un festival de publicidad, el Ojo de Iberoamérica. ¿Por qué se demoró tanto ese debut? ¿Tiene que ver con tu perfil bajo?**

STRASCHNOY: Lo de las conferencias es algo más ligado a una fobia que a otra cosa…

PLAYBOY: **… que se trata en el ámbito adecuado. ¿Te analizás?**

STRASCHNOY: Sí. Me llevó unos años resolverlo (risas). Y me pareció que era el momento, ya estaba decidido desde hace unos meses. Y estuvo buenísimo.

"ME ENCANTAN LOS CREATIVOS, ME ENCANTAN SUS IDEAS. ADEMÁS, EN CIERTO SENTIDO, YO NO SOY CREATIVO. POR LO TANTO, ME RESULTA MUCHO MÁS FÁCIL DARLE TODO EL ESCENARIO A ELLOS".

GREATEST HITS. LA CAMPAÑA "COSTUMBRES", REALIZADA PARA VISA, ES UNO DE LOS MOMENTOS MÁS ALTOS QUE HA TENIDO YOUNG & RUBICAM CON STRASCHNOY A LA CABEZA. TAMBIÉN "HORMIGUITA Y ELEFANTE", QUE LE CAMBIÓ LA IMAGEN A LOS PRESERVATIVOS TULIPAN, O "CONFUSIÓN", UN COMERCIAL INOLVIDABLE PARA HELLMANN'S, CREADO CUANDO AGULLA Y BACCETTI TODAVÍA FORMABAN PARTE DE LA AGENCIA

VAMPIROS *HOT*

LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN REVIVE EL ESPÍRITU DE DRÁCULA CON SERIES COMO *TRUE BLOOD* Y *BLOOD TIES*. Y POR ESO NO PODÍAMOS DEJAR DE MOSTRAR LA MIRADA DE PLAYBOY EN ESTAS CUESTIONES DE COLMILLOS AFILADOS Y YUGULARES EN PELIGRO. PORQUE AUNQUE LA SANGRE TE IMPRESIONE, HAY OTRAS COSAS PARA MIRAR.

FOTO SZYMON BIRODZIAK

EL DEPORTE MENOS PENSADO

PLAYBOY VIAJÓ A CHILE PARA ENTENDER EL MUNDO DEL *POKER*, ÚLTIMO FENÓMENO DE LOS CANALES DEPORTIVOS. CONOCÉ LOS SECRETOS Y LOS EXCÉNTRICOS PROTAGONISTAS DEL JUEGO QUE TIENE UN CAMPO DE ENTRENAMIENTO MÁS QUE ACCESIBLE: LA WEB.

TEXTO SEBASTIAN PRATS (DESDE VIÑA DEL MAR, CHILE)

HOMBRES CORPULENTOS custodiando celosamente la entrada al escenario de la final, fotógrafos y periodistas enviando sus tomas y reportes a través de las *notebooks*, modernas cámaras de televisión captando cada gesto y movimiento de los jugadores. Podría ser la típica escena de un juego olímpico, de un mundial de fútbol o de cualquier competencia deportiva en la que los atletas buscan el límite de su propio rendimiento físico y transpiran en busca del premio mayor. Pero no. Es la sala de un torneo internacional de *poker*, donde en lugar de destreza corpórea vemos un prolijo espectáculo de concentración y paciencia, virtudes que muchos deportistas envidiarían. Tanto ha crecido el *poker* en los últimos años, que ha obligado a debatir si merece ser calificado como deporte, especialmente desde que las señales de cable televisan sus torneos. En principio, y a favor de quienes así piensan, es un juego en el que la práctica y la habilidad generan mejores y peores. Las buenas cartas, en ese sentido, no determinarían el éxito. "Si el ajedrez o el *backgammon* son considerados deportes, ¿por qué no habría de ser-lo el *poker*?", preguntan sus protagonistas. Para entender este fenómeno en ascenso, **PLAYBOY** estuvo en la ciudad chilena de Viña del Mar, dueña de una rambla al estilo marplatense, pero con montañas en lugar de nuestra planicie. Allí se desarrolló la segunda cita del Latin American Poker Tour (LAPT), organizada por PokerStars, que en su segunda temporada ya recorrió Costa Rica y tiene como próximas estaciones a Punta del Este y la ya citada Mar del Plata. Para el anecdotario, por primera vez, el premio grande vino para acá: el chaqueño Fabián Ortiz ganó el certamen entre 216 participantes y embolsó us$ 141.426, tras haber invertido us$ 2.700 en la inscripción.

En el *poker*, nadie parece perder. De los 189 jugadores que quedaron fuera de la zona de los premios, los eliminados el primer día decidieron volver a competir en la "segunda chance", a un costo de us$ 1.100. Y es que en tanto juego de probabilidades, la estrategia para ganar es competir siempre y todo lo que se pueda.

Además del *tour* latinoamericano, hay giras similares en Europa, Asia y el Caribe, y la Copa del Mundo. Pero más alla de esta "distribución regional" de los certámenes, nada impide a un europeo participar del LAPT. Por ejemplo, en Viña hubo representantes de 27 naciones, incluyendo países como Bielorrusia, Israel e Islandia. Hasta el momento, sólo jugadores de España, Estados Unidos, Hungría y Holanda se habían llevado alguno de los torneos. Para acceder al *tour*, hay varios caminos. La mayoría paga la inscripción para participar. Otros, forman parte del equipo profesional de la compañía organizadora, por lo que juegan *sponsoreados*. Y, por último, se puede obtener una plaza participando en Internet o en rondas preliminares.

Los torneos, que generalmente se disputan en hoteles de lujo con casino, representan sólo una pequeña parte del fenómeno. Después de una semana en la que combinan extenuantes jornadas de doce horas de juego con placeres turísticos, los profesionales del deporte me-

EN VIÑA DEL MAR, POR PRIMERA VEZ EN ESTE *TOUR*, LA PLATA VINO PARA LA ARGENTINA. EL CHAQUEÑO FABIÁN ORTIZ EMBOLSÓ US$ 141.426 ENTRE 216 PARTICIPANTES, TRAS HABER INVERTIDO US$ 2.700 EN LA INSCRIPCIÓN.

nos pensado regresan a sus hogares, barcos u hoteles para retomar la arista que le dio al *poker* una inesperada expansión: Internet. Y es que sin la web, no podría explicarse el auge actual de este juego.

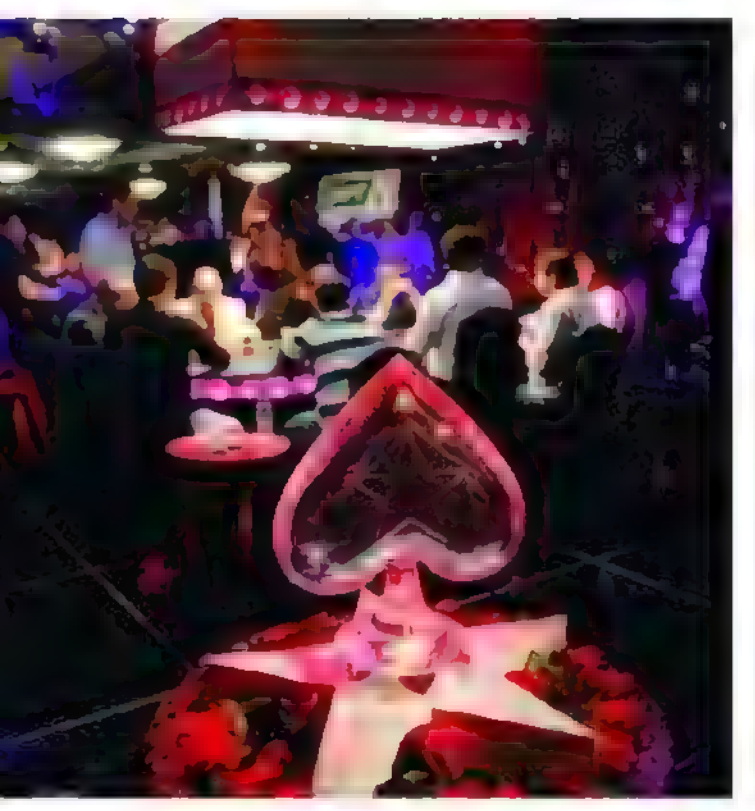
Los sitios de *poker*, como PokerStars.net, ofrecen todas las facilidades para adentarse en el mundillo de las picas y los diamantes. Se puede apostar el dinero que se desee, por más bajo que sea, o incluso, simplemente, practicar gratis. Pero los profesionales lo toman como un trabajo. Para la web, por ejemplo, la estrategia es aprovechar las ventajas de la globalización. "Por lo general, los que juegan por la madrugada de su país los fines de semana, son más loquitos, más jugadores de diversión. En cambio, los días de semana lo más probable es que encuentres a un profesional ", nos alecciona Gastón Catzman, dueño del *site* www.codigopoker.com

EXCÉNTRICOS, MULTIMILLONARIOS Y CIBERNAUTAS

Los personajes del *poker* son atrapantes. Resultará casi imposible encontrar dos historias similares. A diferencia de la mayoría de los deportes, no responden a un patrón común. Más que ciertas características físicas similares, los une la excentricidad. En una mesa de nueve jugadores, puede haber cincuenta años o millones de dólares de diferencia.

El reconocido costarricense Humberto Brenes, por ejemplo, presentó y siguió de cerca el debut de sus dos púberes hijos. Mientras preguntaba a los gritos desde su mesa cómo les estaba yendo, el uruguayo Jaime Ateneloff, de

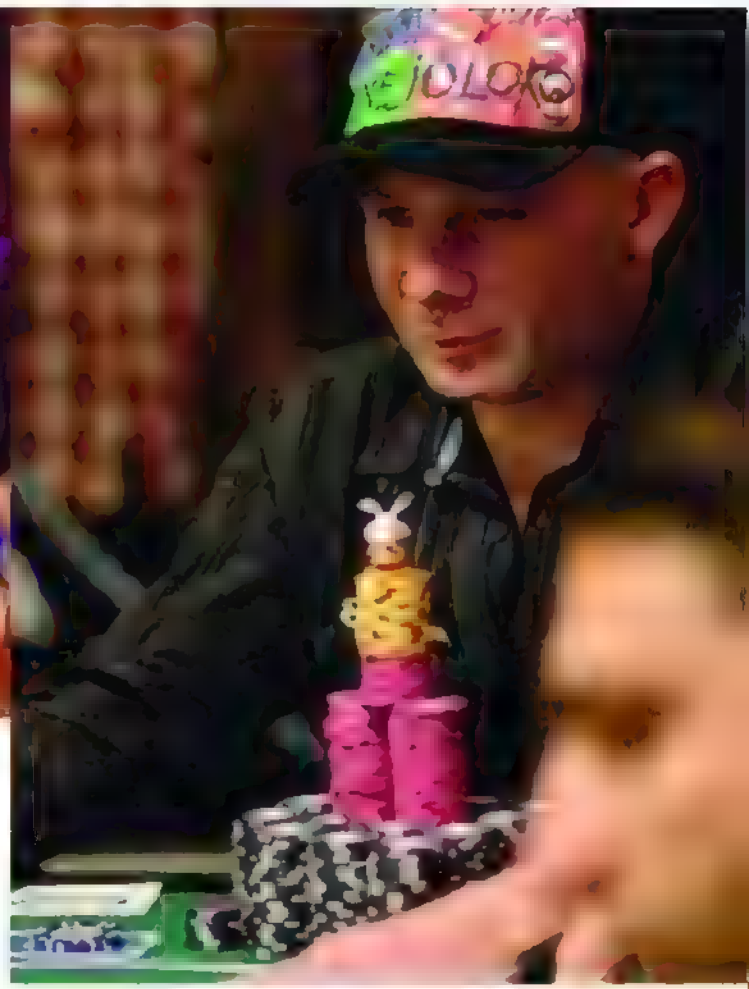
MESA CHICA. ALREDEDOR DEL PAÑO VERDE SE RESUELVEN LAS JUGADAS QUE DIVIDEN EL MUNDO ENTRE GANADORES Y PERDEDORES. PLAYBOY VIAJÓ A VIÑA DEL MAR, CHILE, PARA OBSERVAR DE CERCA ESTE MUNDO FASCINANTE, PROTAGONIZADO POR PARTICIPANTES QUE, AUNQUE NO RESPONDEN A UN PATRÓN COMÚN, LOS UNE UN RASGO FUNDAMENTAL: LA EXCÉNTRICIDAD



77 años –luego finalista– jugaba sus cartas mayormente parado y aseguraba jugar *poker* sólo desde hacía siete años.

Pero un forzado intento por clasificarlos, nos lleva a establecer una primera separación entre aquellos que de jóvenes eligieron al *poker* como su vocación y quienes, teniendo una profesión, han decidido dejarla para recorrer el circuito. Los primeros corren con la ventaja de ser contemporáneos con Internet. La web permite sumar rondas de juego cualquier día y a toda hora, por lo que la evolución como jugador es más rápida que la de los adultos. Un viejo jugador de *poker* suele tener, paradójicamente, las mismas horas de juego que un joven. Claro que, al ser horas "reales", posee un mayor conocimiento psicológico de los contrincantes. La mayoría de este tipo de jugadores son ex empresarios y/o profesionales. El argentino Damián Salas, tercero en el certamen, abandonó el derecho para convertirse en un profesional del *poker*. Y el mismo Ortiz era, en su Chaco natal, dueño de varias discotecas.

Una tercera tipología está representada por ex →



→ jugadores de ajedrez y *backgammon*. De este último palo, vienen los argentinos Leo Fernández y Verónica Dabul, otrora campeones del juego de mesa más antiguo del mundo. También abundan los aficionados a los casinos y los fanáticos de las apuestas deportivas. De este círculo, salen los millonarios que recorren los continentes y organizan fabulosas fiestas con las farándulas locales en yates. Por último, pero no muy lejos de los anteriores, están las celebridades. Ex deportistas como Boris Becker y el esquiador Alberto Tomba, o actores como Ben Affleck y Matt Damon, suelen participar de este tipo de competencias.

Por lo general, cada jugador tiene sus mañas para soportar el largo día de competencia. Algunos, tapados con capucha y iPods en sus oídos, buscan aislarse y no escuchar a aquellos que hacen de la chicana su mejor estrategia para sacar ventaja. Los "charlatanes" establecen códigos y complicidades con otros jugadores, y aprovechan las fronteras idiomáticas para hacer comentarios que no son comprendidos por el resto. Donde hay dos de ellos, la mesa se parece a un partido de truco. Pero más allá de las señas particulares, todos se levantan en algún momento, especialmente en el primer día y las primeras rondas, cuando son pocas las fichas que se pierden si uno abandona momentáneamente.

EL JUEGO DE LAS PROBABILIDADES

En tren de "ayudar a la suerte", algunos jugadores arman equipos para compartir pérdidas y ganancias, debatir las alternativas de juego de manera conjunta y, naturalmente, para divertirse. Es el caso, por ejemplo, del autodenominado "Uva Team", cuyos cinco integrantes empezaron con una inversión de $ 10.000 y en seis meses consiguieron $ 250.000. Todos sub 35, se conocieron en los distintos torneos provinciales de la Argentina. Comenzaron participando individualmente y compartiendo salidas. De repente, en esa búsqueda incansable por descubrir la fórmula del éxito, imaginaron que un acuerdo colectivo podía dar mejores resultados. Y, hasta el momento, no parece que se hayan equivocado.

Estos chicos no son los únicos estudiosos de las matemáticas y las probabilidades, pero a la hora de jugar todos están solos y adoptan un determinado estilo. Lo que se llama la "vieja escuela" está representada por jugadores más conservadores, que esperan a tener buenas cartas y jugarlas sólo en manos con mucho pozo. En cambio, los llamados *young guns* cuentan con una modalidad de juego más

Jugarlo es más sencillo de lo que parece. La modalidad más difundida es el Texas Hold'em. En este juego, cada jugador recibe dos cartas. Por turno y en cada mano, uno de los jugadores debe apostar obligadamente lo que se llama la "ciega mayor" y otro, la "ciega menor". Estas apuestas "mínimas" van subiendo a medida que transcurre el tiempo. A partir de ahí, los jugadores suben la apuesta, pasan o se retiran. Luego, sí, se dan a conocer tres cartas "comunitarias" (*flop*). Se abre una nueva ronda de apuestas y, si aún hay participantes, se muestra una cuarta carta y, luego, la quinta y última. En esa instancia, se muestra el juego de cada jugador y se lleva el pozo la mejor combinación.

Una vez que empieces, te vas a dar cuenta de que es muy importante conocer a tus rivales. Si te gusta el truco, ya tenés seguramente un poco de "cancha". Pero el *poker* posee sus propios estilos

- **LOOSE AGGRESSIVE:** frecuenta las mesas de *poker on-line* y es impredecible porque apuesta grande en casi todas las manos.
- **TIGHT AGGRESSIVE:** contrario al anterior, sólo apuesta cuando tiene una buena mano.
- **LOOSE PASSIVE:** juega casi todas las manos para ver más cartas, pero nunca sube la apuesta.
- **TIGHT PASSIVE:** casi no interviene y sólo apuesta cuando sabe que gana.

agresiva y no tienen problemas en pagar grandes apuestas en cualquier mano. La bibliografía especializada (¡sí, también hay libros!), fundamenta esta diferencia en la cantidad de torneos. Según David Apostolico, autor de *Lessons from the pro poker tour*, la nueva escuela es más agresiva porque ahora hay más oferta de campeonatos. Cuando los torneos eran más esporádicos y se podía estar meses sin jugar otro, la tendencia era más conservadora.

mos ese criterio, ¿qué diferencia habría entre el *poker* y, pongamos, el truco? Ninguna, por lo menos "técnica". La diferencia radica, en cierto modo, en el grado de institucionalización y regulación, que en el *poker* es mucho mayor que en el tru-co, pero menor obviamente que en los deportes olímpicos y en otros, como el golf, el automovilismo o el ajedrez. Por institucionalización, se entiende la existencia de una entidad rectora reconocida,

una transmisión deportiva. Pero no es deporte y está bien que no lo sea. Resulta un fascinante juego de cartas que no precisa de la legitimación del aura deportiva para ocupar su lugar".

Y hay otro elemento que lo aleja de esta condición: el rol del dinero. Si bien hoy día todo deporte es un gran negocio, la competencia antecede al marketing, la televisión y los intereses económicos. En su orígenes, los deportes

PARA LOS JUGADORES DE *POKER*, NO HAY DUDAS DE QUE SE TRATA DE UN DEPORTE. Y LO SOSTIENEN ARGUMENTANDO QUE ES LA HABILIDAD MÁS QUE EL AZAR LA QUE ESTABLECE LAS DIFERENCIAS EN EL JUEGO.

FAMOSOS Y NO TANTO. A LA IZQUIERDA, JUSTO ACA ARRIBA, EL CHAQUEÑO FABIÁN ORTIZ, GANADOR DE LA ULTIMA FECHA DEL LATIN AMERICAN POKER TOUR, AUSPICIADO POR POKERSTARS. DE ESTE LADO, LAS CELEBRIDADES QUE SE SUMAN A ESTA ACTIVIDAD, CONVIRTIÉNDOLA EN UN VERDADERO ESPACIO PARA EL LIFESTYLE. EL ESQUIADOR ALBERTO TOMBA, BORIS BECKER (FOTO CENTRAL) Y LOS ACTORES JASON ALEXANDER, MATT DAMON Y BEN AFFLECK

EL DEPORTE DEL FUTURO

El debate sobre si el *poker* merece ser catalogado como un deporte preocupa, sobre todo, a quienes lo juegan. Para ellos, no hay dudas de que lo es. Y lo sostienen argumentando que es la habilidad más que el azar la que establece diferencias de nivel entre los distintos jugadores. Y que, en definitiva, la suerte también está presente en el fútbol o el tenis. Pero si toma-

tanto a nivel mundial como local. El *poker* tiene hoy torneos en todo el mundo, pero no se reconoce una autoridad que centralice la actividad.

Para el periodista Marcelo Gantman, no hay dudas: "El *poker* toma las formas del deporte ,pero no llega a serlo. De todos modos, aprecio que encaja perfectamente en las costumbres, modos y lenguaje mediático que tiene

"tradicionales" no tenían esa impronta monetaria. El *poker*, en cambio, recorrió el camino inverso, ya que, desde sus comienzos, es un juego de apuestas. Por lo demás, gana espacios en los canales deportivos, aumenta su popularidad con presencias como la de PokerStars.net en la camiseta de River y encaja cómodamente en estos tiempos de hiperconectividad, números y premios millonarios.

DIEGO REINHOLD

CON ALMA DE *CLOWN*, ES LA REVELACION DEL MOMENTO GRACIAS AL TEATRO DE REVISTA Y A *LOS EXITOSOS PELLS*. POPULAR Y MISTICO.

TEXTO NICOLÁS PERALTA

#01. ES LA PRIMERA VEZ QUE HACÉS, AL MISMO TIEMPO TEATRO Y UNA TIRA DIARIA. ¿EL CUERPO TE DIO SEÑALES DE CANSANCIO?

Si bien dejé de grabar *Los exitosos Pells* cuando me instalé en Mar del Plata para hacer *Deslumbrante*, me comentaron que todavía sigue saliendo mi personaje, Charly. No miro la tira porque a esa hora justo estoy en el teatro. El año pasado fue poco recomendable para cualquiera: de mayo a diciembre, no tuve ni un día libre, ni siquiera un domingo. Lo sufrí mucho: me agarró taquicardia, terminé en el hospital muy asustado, había días en los que pensaba que me iba a desmayar y no iba a llegar a la noche... Fue *heavy*, y todo, producto del estrés. Por suerte, ahora estoy tranqui porque en Mardel es como estar de vacaciones trabajando, es tipo un *spa* laboral.

#02. ANTES DE HACER TEATRO DE REVISTA, TENÍAS PREJUICIOS CON EL GÉNERO. ¿CUÁLES ERAN Y CÓMO LOS SUPERASTE?

Poné cualquier programa de chimentos y se te va a llenar el culo de prejuicios. Ver a las *ve-dettes* peleándose, parece un mundo de locos. Es todo un circo sin ninguna base poética, sin nada interesante para el espíritu. Cuando lo mirás por la televisión, el teatro de revista parece un mundo seco. Ahora que estoy en *Deslumbrante*, para mí es terreno fértil: planto una semilla y crece lo que te imagines. Ten-go todo para hacer lo que quiero. La producción me brinda elementos para dejar vo-lar mi imaginación y meterme en el mundo de la poesía.

#03. PASASTE SIETE AÑOS HACIENDO *CÓMICO STAND UP*. ¿TE COSTÓ BAJARTE DE ESE ÉXITO PARA METERTE EN EL MUNDILLO DE LAS PLUMAS?

Sí, horrores. Me dolió y lo sufrí, porque es como dejar una familia para irse a otra. Fue una decisión rara porque *Cómico...* tenía –y tiene– una proyección infernal. Es como Les Luthiers: no tiene fecha de vencimiento. Se trata de un show con un humor muy particular y un lenguaje específico, hasta tal punto, que se transformó en un espectáculo de culto. Dejar ese mundo y apostar por algo incierto, fue raro. Pero salió bien. Además, me fui sabiendo que a *Có-mico...* podía volver en cualquier momento.

#04. SOS ACTOR, CANTANTE, BAILARÍN, MONOLOGUISTA Y *CLOWN*. ¿CUÁL ES TU FUERTE?

No lo sé, ¡creo que no soy nada! Me inclino más hacia el lado del *clown*, pero nunca tomé clases. La técnica la sobrevolé. Son lenguajes, no sabría cómo autodefinirme. ¡Ya sé! Soy un autodidacta. La vida me ha enseñado que uno puede ser →

→ todas las cosas que quiera. En este momento, soy una de las figuras de la revista de Cherutti que está siendo entrevistada por **PLAYBOY**. Nada más y nada menos que eso.

#05. TENÉS 35 AÑOS Y A LOS 6 DECIDISTE QUE QUERÍAS SER ACTOR. ¿FUE DIFÍCIL DEFINIRTE?
Ya de chiquito sabía que quería ser actor, y les agradezco a mis padres que me dieron la posibilidad. Nací en Caballito, pero viví toda la vida en Villa Urquiza. Iba a un colegio de curas, el León XIII, y sufría porque quería ser artista, y todos me decían que estaba loco y que era rarito. Eso me hacía mal, pero seguí mi caminito. Muchos de los que me burlaban, hoy están sin saber qué hacer.

#06. DEBUTASTE EN 1990 CON EL ESPECTÁCULO *EL IMAGINARIO*. ¿PREVEÍAS QUE IBAS A VIVIR DE LA ACTUACIÓN?
No. Esa fue la primera vez que cobré un sueldo, pero ni en pedo dije que iba a vivir de esto. Es más, cuando no tenía laburo como actor, trabajaba repartiendo mercadería de la empresa de calzados de mi familia, Viras Pompeya. Me metía en zonas industriales de Lanús, Lomas de Zamora y Luis Guillón. Fue tremendo, pero ¡lo volvería a hacer!

#07. SOS UN AGUDO OBSERVADOR. ¿EN QUÉ TE BASÁS A LA HORA DE COMPONER UN PERSONAJE?
En nada, todo sale del imaginario. Primero, están las acciones físicas y los pensamientos de ese personaje. Uno es muchas personas, y se es de distintas maneras de acuerdo con quién tengas enfrente. Lo mismo pasa con los personajes: son de distintas formas según se topen con gente diferente. Resulta complejo el trabajo, pero no es unilateral. Siempre hay que mirarlo fractal: el personaje se desarma y, en cada momento, aparece de una forma.

#08. EN TU HUMOR HAY MUCHOS JUEGOS DE PALABRAS. INCLUSO, INVENTÁS HISTORIAS SÓLO CON NOMBRES PROPIOS. ¿CÓMO SURGIÓ ESE ESTILO?
Una vez, en un evento de Philips, Boy Olmi hizo un radioteatro con los apellidos de los empleados de la empresa. Los tipos estaban ahí, mirándolo y matándose de la risa. Ese día, se me ocurrió hacer un monólogo con calles de Buenos Aires, que estrené en *Cómico Stand Up*, y fue un furor. Tanto, que sospecho que resultó ser lo que me abrió las puertas para la revista. Ahora, en *Deslumbrante* lo hago con títulos de tangos.

#09. TE TIEMBLAN MUCHO LAS MANOS. ¿TE TRATASTE?
Sí, ¡y no es porque sea drogadicto! Se llama temblor esencial, pero los neurólogos todavía no saben por qué se da. Lo tenía mi bisabuela, una prima de mi vieja, mi mamá y otro primo. Digamos que es un karma grupal. No tiene tratamiento, pero ahora que lo pienso debería volver a ir al médico. En el escenario, trato que no se note, pero cuando estreno y me pongo nervioso, se agudiza.

#10. SOS UN HOMBRE CON UN MARCADO COSTADO ESPIRITUAL. ¿A QUÉ SE DEBE?
Tiene que ver con una constante búsqueda espiritual. A los 28, se me manifestó de manera consciente, me fui haciendo cargo de eso. Empecé a buscar salidas al estado de caos en el que me encontraba. Estaba mal conmigo, me sentía fuera de eje y me peleaba con todo el mundo. Sufría porque era muy inseguro, pero a medida que fui comprendiendo cómo era la cosa, me empecé a tranquilizar.

#11. EN TUS BÚSQUEDAS ESPIRITUALES, ¿TE CRUZASTE CON MUCHOS CHANTAS?
El que busca, encuentra, eso te lo puedo asegurar. Y no hay chantas, no existe el chantaje. Todas las personas tienen un mensaje para darte. Si salís a la calle y un tipo te roba la billetera, te dejó un mensaje. La magia está ahí. Por más que te estén estafando, si no ves el mensaje el único chanta sos vos mismo con la realidad.

#12. CONFESASTE HABER VISTO OVNIS. ¿CREÉS EN FENÓMENOS PARANORMALES?
No creo en los ovnis, pero sí he visto cosas raras. Estoy todo el tiempo conectado con el mundo de lo no manifiesto, de lo que no se ve. Me interesa mucho el misterio de la vida, pero siempre me considero un neófito. Las cosas raras que vi, son minúsculas al lado de lo que vio mi mamá. A ella se le apareció un aparato gigante y tuvo la suerte de estar acompañada. Una vez, estábamos juntos en el Cerro Uritorco y vimos cómo un haz de luz se convertía en acero. Hablar de esto es complicado porque todavía estoy confundido. Aunque sospecho que tiene que ver con un hecho espiritual.

#13. SOS ADMIRADOR DE PEDRO ALMODÓVAR Y LO CONOCISTE. ¿CÓMO FUE EL ENCUENTRO?
Justo estaba de vacaciones en Londres y Cecilia Roth me invitó al estreno de la versión teatral de *Todo sobre mi madre*. Estaban Almodóvar, Penélope Cruz, Kevin Spacey, Anita Chaplin y otros más. Después, terminamos todos en una fiesta y me puse a charlar con Pedro. Le dije que la obra no me había gustado, pero que él era un genio. Yo estaba medio borracho, me fui para atrás y rompí una copa. Me dio tanta vergüenza, que me retiré.

#14. EN EL SALUDO FINAL DE *DESLUMBRANTE* SOS EL MÁS APLAUDIDO, Y EN LA CALLE LA GENTE TE GRITA "GENIO". ¿TE SENTÍS UNA MENTE BRILLANTE?
Lo que siento es que me voy a tener que comprar una lámpara, como la de Aladino, para meterme adentro y que me froten. Percibo las cosas que dice el público y no dejo de asombrarme. Me parece un gesto obsceno de la vida hacia mí. ¡Me la dio toda entera! Deseaba mucho esto y está pasando tal cual lo quería.

"FUI A UN COLEGIO DE CURAS Y SUFRÍA PORQUE QUERÍA SER ARTISTA Y TODOS ME DECÍAN QUE ESTABA LOCO O QUE ERA RARITO. MUCHOS DE LOS QUE SE BURLABAN, HOY ESTÁN SIN SABER QUÉ HACER".

¡Por eso me parece obsceno! Como un piropo, mucha gente me dice: "Vos no deberías estar en este país". ¡Y me quiero morir! No por mí, sino por el pensamiento chato de ellos.

#15. RENEGÁS CUANDO EL PÚBLICO TE PIDE FOTOS O AUTÓGRAFOS. ¿CÓMO TE LLEVÁS CON ESE COSTADO DE LA POPULARIDAD?

Sé que es la parte más oscura de este mundo, pero no tengo que pelearme con la popularidad porque, de alguna manera, la busqué. Cuando me piden una foto, me incomodo, porque entiendo que no me lo merezco, y esa persona tampoco merece quererse sacar una foto conmigo. Me esperan fuera del teatro y, a veces, no puedo caminar dos pasos tranquilo. Eso me fastidia mucho.

#16. EN TEATRO, TENÉS MÁS DE TREINTA OBRAS EN TU HABER. ¿PENSÁS QUE LA TELE TE LLEGÓ TARDE?

No, no pienso esas cosas. Disfruto de hacer tele y me gusta, pero no creo en los actores que dicen sentirse como en una cárcel cuando están tantas horas en un estudio. Para mí, la cárcel es mental. Hay una frase que me encanta, y es: "El hombre vive una condena perpetua en la cárcel eterna del yo".

#17. EN *LOS PELLS* SE TRATA LA HOMOSEXUALIDAD DE MANERA ABIERTA. ¿SE ABRIÓ UN POCO LA MENTALIDAD OCCIDENTAL EN ESE ASPECTO?

Creo que en todo el mundo el sexo está empezando a abrirse. Pero que nos hayamos abierto como sociedad a la homosexualidad no quiere decir para nada que estemos derribando el tabú sexual. El tabú sigue siendo enorme, hasta tal punto, que hay muchas escuelas de sa-biduría milenarias que utilizan el sexo como un modo de conexión con estados alterados de la conciencia. Que se trate el tema en *Los Pells* es un avance, no lo niego, pero no sólo con aceptar socialmente la homosexualidad es que vamos a vivir el sexo a pelno y con libertad.

#18. ¿QUÉ SIGNIFICA EL SEXO PARA VOS Y QUÉ LUGAR OCUPA EN TU VIDA?

El sexo es el primer motor de todo: une los opuestos y genera el movimiento. Por lo tanto, el Big Bang como concepción matemática es un acto sexual. A partir de ahí, todo lo que se genera en el universo es fruto de la unión de fuerzas opuestas. Eso es el sexo. De ahí viene la tercera persona de la trilogía judeo-cristiana. En la Santísima Trinidad, que está en muchas culturas, aparecen los opuestos, que se unen y generan un tercer movimiento. Es un misterio.

#19. CHARLY ES UN PERSONAJE ENTRAÑABLE Y A VOS TE QUIERE MUCHA GENTE. ¿TENÉS OTROS PUNTOS EN COMÚN CON TU PERSONAJE EN *LOS PELLS*?

Sí, el disparate y la asociación libre de cosas. Todo el tiempo relaciono cosas disímiles y las tiro sobre el tablero, ¡hago boludeces! La diferencia es que Charly está frustrado en distintos aspectos y yo, no. Como Charly, que tiene el amor no correspondido de Tomás (*N. de la R.: el personaje de Diego Ramos*), también he tenido amores prohibidos cuando era un caprichoso. En materia amorosa, soy un pelotudo, pero creo que el amor no parte de un sólo lugar, sino que nace. Deseos no correpondidos tengo miles, pero amores, no.

#20. ¿EN QUÉ MOMENTO DE TU VIDA COTIDIANA TE SALE EL CHARLY DE ADENTRO?

En cualquier momento. Constantemente estoy saliendo por la puerta de emergencia. Es más, mi termómetro es: cuanto más disparates hago, más relajado estoy. O cuanto más nervioso estoy más baja mi nivel de humor.

MIA

DE PADRE ALEMÁN Y MADRE FILIPINA, NACIÓ MICHAELA GRAUKE, AHORA CONOCIDA COMO MIA GRAY, UN NOMBRE MÁS COHERENTE CON SU CUERPO DE FANTASÍA. SUS ÚLTIMAS FOTOS, CAMINANDO POR LJUBLJANA, ESLOVENIA.

FOTO IVANA KRESIC

PLAYBOY

MIA GRAY
PLAYMATE
MARZO 2009

MEDIDAS: 89-60-88.
ALTURA: 1,67 m.
NACÍ EN: Berlín, pero mi madre es filipina. Actualmente, vivo en Sttutgart, también en Alemania.
EDAD: 25.
PROYECTOS: continuar con éxito mi carrera de modelo. Fui elegida Miss Euroasia 2008.
QUÉ ME GUSTA DE UN HOMBRE: que sea cariñoso, protector, dedicado y respetuoso.
QUÉ NO ME GUSTA: que sea exactamente todo lo contrario.
QUÉ AMÁS HACER: adoro trabajar como modelo. En mi tiempo libre, me encanta escuchar música de los ochenta.
QUÉ ODIÁS: las fiestas donde no esté con la mejor compañía.

Surfing Attraction
SERIE ESTRENO
UNA AMANTE DEL SURF, UMA, RECORRE LAS COSTAS DEL PACIFICO EN BUSCA DE UNA EROTICA Y SENSUAL EXPERIENCIA BAJO EL MAGICO CIELO TROPICAL.
ESTIMULADA POR LAS ALTAS MAREAS, ELLA Y SUS INSEPARABLES AMIGOS VIVIRAN UN EXTASIADO VIAJE POR LOS PARAISOS NATURALES MAS FASCINANTES.
PLAYBOY TV
Latin America & Iberia
Multicanal
Cablevisión Digital
Suscribite ahora mismo a Playboy TV llamando a tu operador de tv paga
TeleCentro
DIRECTV.
© 2008 Playboy TV Latin America & Iberia LLC. Playboy, Playmate and Rabbit Head Design are trademarks of and used under license from Playboy Enterprises International, Inc.

PÁGINAS DE SANGRE

A 13 AÑOS DEL MOTÍN MÁS BRUTAL DE LA HISTORIA ARGENTINA, AQUÍ VA UN ADELANTO DE *XII APÓSTOLES*, EL LIBRO QUE NARRA LA MASACRE DE SIERRA CHICA. DETALLES DE UN HECHO TAN MACABRO COMO DIFÍCIL DE OLVIDAR.

TEXTO GUSTAVO MURA

CAPÍTULO 6. **LA CACERÍA**

A pocas horas de iniciado el motín, Agapito Lencina Aquino tenía la certeza de que lo querían aniquilar. Había hecho lo suficiente como para merecer ese "honorable" final. Dentro de un penal, ser un "objetivo" es casi un reconocimiento a una trayectoria.

Si había algo de lo que Lencina Aquino estaba seguro era de que no podía mostrar debilidad. Estaba condenado a perpetua y su vida era la cárcel.

—Cuidate, hacé algo porque te van a matar —le dijo su amigo, el preso Omar Luján Ibarra.

—... *quevaser*... —le contestó *Gapo*.

—Esta vez es distinto, tu esposa está embarazada...

—Y... Si hay que *pelearno*... Nos *vamo* a pelear...

—Pero te pueden meter un *cuetazo*, y eso al lado de un cuchillo no es nada...

—No importa... *Nosotro tenemo* sangre... —fue la respuesta del preso más diestro con la faca.

Gapo nunca andaba solo. Siempre que debía hacer una recorrida se hacía escoltar por dos miembros de su entorno.

Hasta cuando iba a la cancha de fútbol, dentro de la fortaleza, donde cumplía el rol de director técnico, un cargo que alcanzó no por ser popular, sino por ser temido. Sabía lo importante que era alcanzar ese puesto, tenía muy en claro el librito de la FIFA. "No es necesario tener un gobierno para acumular 'poder'", repetía a sus secuaces. Con el dominio del seleccionado del penal, tenía a casi todos los internos en un puño. Por eso, desde que llegó a Olavarría se ocupó del equipo oficial, de escoger jugadores, de organizar torneos, de entablar una falsa (pero conveniente) fraternidad con otros presos para que le deban favores...

Así, de la mano del deporte, pudo conocer a Antonio Cafiero y esposa; al *Pato* Galmarini... Hasta se dio el lujo de jugar contra la primera de Boca y ser mencionado por Antonio Alegre en la visita que el plantel xeneize hizo a la unidad carcelaria donde estaba detenido, la cárcel que en realidad él consideraba su casa: Olmos.

En Sierra Chica estaba de paso. Extrañaba su celda. Su lugar... En el penal platense la guardia es más relajada, en todo sentido. De Olmos "se sale" de noche. A Olmos entran "cositas". Y también "cosas".

Gapo, como gran parte de la población carcelaria, era drogadicto.

En Olmos tenía asegurada "la suya", al tiempo que también allí podía hacer mejores negocios con la venta de *merca* dentro del penal. No sólo vendía a otros presos, sino que le compraba a algunos guardiacárceles pastillas que robaban en Sanidad. Le daban distintos ansiolíticos, pero los principales eran Rohypnol, Morfina, Trapax, Valium y, en general, toda la gama de benzodiazepinas.

Agapito también había entendido que en un penal las drogas constituyen "poder". Quien las tiene, prevalece sobre el rival; sea cual fuere el lugar donde se encuentre. En una unidad, tener un cigarrillo de marihuana o un papel de cocaína de más otorga privilegios impensados. Y en una prisión descontrolada como Sierra Chica, una caja de pastillas significa la vida. Por supuesto, esto es el detonante de muchas situaciones de conflicto.

Dentro de la cárcel, la única división entre presos y guardias es la reja. En cambio, las drogas —en algunos casos— los unen. La adicción no es sólo patrimonio de los presos.

No es ningún secreto que las autoridades penitenciarias utilizan las drogas legales para calmar a presos revoltosos o premiar a quienes colaboran con los guardianes. La utilización de psicofármacos para dopar o manejar grupos de internos es una práctica que en Sierra Chica tuvo su momento más álgido cuando se procedió a la neutralización de Brandán Juárez. Pero así como algunos destacan lo beneficioso de ello, otros ponen el acento en la sospecha que genera.

Hay un mercado negro de drogas legales e ilegales. Cocaína y marihuana son las más caras y buscadas. No obstante, los psicofármacos (la droga "legal") que compra el Estado, son un negocio con menor riesgo para quienes lo manejan. Según un informe de la Procuración Penitenciaria sobre cárceles federales, en 1993, se distribuyó un promedio de cuatro pastillas por interno por mes. Es decir, se compraron 300 mil dosis para una población de 6 mil personas.

(...)

Lencina, en algún sentido, había sido reclutado por el Servicio Penitenciario Bonaerense, para funcionar como "buchón" y "exterminador". Él y su grupo eran considerados "antichorros", y como tales los trasladaban a distintos penales para casos de pacificación.

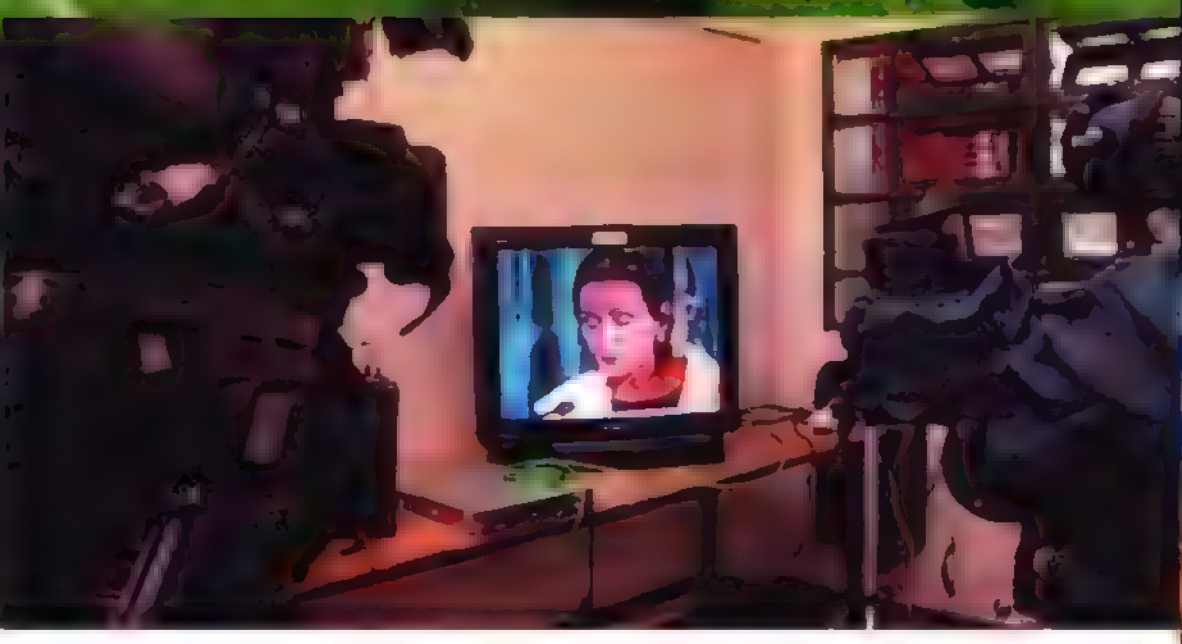
La banda de Agapito, conocida como "los violeta" o "los púrpura", se había generado un falso respeto en la vida intramuros.

"Destrozaban a los pibes", decían los demás delincuentes al referirse a ellos. "Los violaban", aclaraban. La vista gorda a esa aberración era parte del acuerdo alcanzado con el SPB para lograr un objetivo. Por eso, cuando llegaban a un penal con mal clima, lo primero que hacían era buscar a los cabecillas para dominarlos sexualmente.

Ahí entraba en acción el mejor amigo de Lencina: el Rohypnol. Muy buscado entre los adictos por el efecto inductor de alucinaciones que posee en dosis altas, el Ropi o Roinol era la droga favorita de los *gapos* debido a que les permitía administrársela a otros presos sin que éstos se dieran cuenta. Mundialmente conocida por su denominación en inglés (*Date Rape*), su nombre alude a la violación sexual.

En la cárcel la utilizaban con ese fin. El Rohypnol produce efectos sedantes-hipnóticos, incluso relajación muscular y amnesia. Su ingesta incapacita a la víctima y evita que esta pueda resistir un asalto sexual. Además,

GAPO NUNCA ESTABA TRANQUILO. RODEADO DE SU *ESTADO MAYOR*, ESA NOCHE LE DIO DOBLE RACIÓN DE *MERCA* A QUIEN MONTARA GUARDIA NOCTURNA. TENÍA MIEDO DE QUE LO MATARAN MIENTRAS DORMÍA.



TELEJUICIO. EL 9 DE FEBRERO DE 2000 SE INICIÓ EL JUICIO ORAL A LOS RESPONSABLES DEL MOTÍN DE SIERRA CHICA. TODO FUE SEGUIDO DESDE UNA SALA UBICADA EN EL PENAL DE MELCHOR ROMERO, EN LA PLATA. EN LA IMAGEN, EL MOMENTO EN EL QUE DECLARABA LA JUEZA MARÍA DE LAS MERCEDES MALFRE, UNO DE LOS REHENES DE LA MASACRE. LOS JUECES FUERON ADOLFO ROCHA CAMPOS, EDUARDO GALLI Y HÉCTOR RODRÍGUEZ

puede ser letal si se lo mezcla con alcohol u otros depresivos, por lo que —eventualmente— era un arma en poder de los rompemotines.

(...)

Así se ganaron una fama que trascendía los muros de las cárceles en donde solían entrar. Eran llevados de una unidad a otra. Alvear, Batán, Mercedes, Azul, entre otras. Algunas veces el traslado era oficial; otras, clandestino. Así fue como llegaron a Sierra...

Por todo eso, *Gapo* nunca estaba tranquilo... Y mucho menos esa noche... Rodeado de su *Estado Mayor* decidió darle doble ración de *merca* a quien montara guardia nocturna. Tenía miedo de que lo mataran mientras dormía...

Con las primeras luces del lunes 1º de abril, el grupo se reunió en la puerta de la celda del "comandante", para —como era habitual— tomar mate y cruzar chismes del penal.

Ese día estaban: *El Cabezón* Orellana (*La Novia de Gapo*), Luis Romero Almada (*El Viejo Chiche*), Víctor Gaitán Coronel (*El Gordo Gaitán*), Mario Barrionuevo Vega (*El Viejo Rolo*), Daniel Niz Escobar (*El Indio Niz*) y Esteban Polieschuk Palomo (*Nippur*).

Con el clima que se estaba viviendo por el motín, ese pasillo del pabellón 8 era sin dudas el más concurrido de Sierra Chica. No obstante, no había risas, sino diálogos sordos, rostros de preocupación...

Algunos de los asistentes estaban sentados en banquitos, otros de pie; todos formando un círculo a quince metros de la entrada principal.

Un breve silencio entrecortado por un silbido de viento fue la llamada de atención que precedió a la irrupción de cuatro siluetas que aparecieron en el umbral del pasillo del denominado "edificio de los elefantes".

Eran *Popó*, *el Cabezón* Víctor, *Pelela* y *Chiquito*, o lo que es decir: Brandán Juárez, Víctor Esquivel, Jorge Pedraza y Miguel Acevedo.

Cuando ellos entraron, muchos advirtieron olor a muerte.

(...) Brandán tenía un arma de fuego en la mano. Sin decir una palabra, con una mueca en el gesto, se ancló frente a la superbanda, y abarcó con su cuerpo prácticamente todo el ángulo de visión de los púrpura. Los siete presos más pesados del SPB se quedaron helados ante el abierto desafío que les planteaban cuatro de los *XII Apóstoles*.

El primero en intentar algo fue el *Viejo Rolo*... Se paró para tratar de hablarle a Brandán, quien era el más adelantado del grupo visitante. Una bala le abrió un tercer ojo en la frente. Mario Barrionuevo Vega murió en el acto.

Eso provocó que todos los demás se abrieran, rompieran el círculo que habían formado, y trataran de escapar rápidamente de allí. Al movimiento de los cuerpos siguió un ensordecedor ruido de choque de metales: hojas de hierro golpeando contra marcos del mismo material. Eran puertas que se cerraban. Internos ajenos a los grupos en pugna que buscaban escapar del infierno.

El *Indio* fue el primero en salir corriendo del pabellón. Los mirones tenían un miedo terrible, sentían pánico... Quien haya estado alguna vez en un motín sabe que donde hay un muerto habrá dos, tres o más... Los que estaban fuera de sus celdas, quedaron congelados en sus lugares; los que→

APÓSTOLES EN EL BANQUILLO. A LA IZQUIERDA, MARCELO BRANDAN JUÁREZ, ALIAS *POPO*, UNO DE LOS LÍDERES ENJUICIADOS. ARRIBA, EN IMAGEN TELEVISADA, MARCELO GONZÁLEZ PÉREZ. EN LA PANTALLA DEL TELEVISOR, RUBÉN OCANTO RAMÍREZ, EL *PELADO*. A LA DERECHA, MIGUEL ÁNGEL RUIZ DAVALOS, ALIAS *PARAGUAYO MIGUA*, Y JORGE ALBERTO PEDRAZA, ALIAS *PELELA* O *KARATECA*.

→ estaban dentro se escondieron por temor a represalias. El único que permaneció en su lugar fue *Gapo*. Concentrado, en silencio, observaba y estudiaba todo el cuadro. Analizaba cuáles eran sus chances.

Tomó aire y escapó hacia el interior de su celda. *Popó* y el *Cabezón* se miraron extrañados pensando que Lencina se había vuelto loco… No imaginaban un gesto de cobardía tan evidente. Esperaban que corriera hacia el exterior como los otros.

Pero *Gapo* había ido hacia adentro porque allí guardaba la herrería, sus facas, con las cuales tenía una destreza sin igual.

(...) Cuando tuvo dos de ellas en su poder, se sintió más seguro y se mostró como una fiera recién escapada de su jaula. Los *apóstoles* se habían *fajado*. Eso era lo que hacían los que sabían que iban a enfrentarse a él. La *faja* es muy popular entre aquellos presos que reconocen que tienen poco dominio de las armas blancas, aunque también es un recurso al que apelan los cuchilleros cuando van a la guerra. Es una especie de chaleco protector, hecho con cajas de tetra brik (envases de leche o vino), que en muchos casos les hacen llegar familiares en las visitas. El envase de tetra brik tiene un componente de metal (aluminio) que lo hace más resistente que cualquier otro cartón. (...)

Armado y enceguecido, Lencina salió tirando golpes hacia todos lados sin acertar a nadie…

Su grito de guerra cortaba el aire en lo que seguía siendo una mañana otoñal, quien se cruzara en su camino sería partido al medio como una sandía… Entre la droga que corría por sus venas y el terror que llevaba encima, era un tren sin frenos…

Los cuatro *apóstoles* advirtieron su peligroso movimiento y lo dejaron pasar esquivando los *chuzazos*. "Cuando *Gapo* alcanza a ver el patio bañado por la luz del sol recibe el primer tiro en su espalda. Y da tres pasos…", reveló un testigo directo del hecho.

Ese momento de confusión fue aprovechado por efectivos del grupo GEO, para abrir fuego desde el portón principal en forma indiscriminada sobre el pelotón de gente que corría en el pabellón.

En el centro de la cárcel estaban los rehenes que formaban una suerte de escudo humano que protegía de cualquier intento de agresión desde el exterior. No todos los disparos hechos por el cuerpo de élite de la policía dieron en el blanco escogido. De hecho, ninguno lo hizo. Todo lo contrario. Al menos cuatro balas atravesaron uniformes oficiales. Lencina, mientras tanto, seguía cortando el aire con las facas cuando recibió un segundo disparo de la pistola plateada que le perforaría el pulmón izquierdo.

Se detuvo a pocos metros de la salida principal, pero igual continuó caminando por inercia hacia el patio.

Se mantuvo erguido hasta cuando le clavaron una faca de medio metro en el cuerpo, que le ingresó de modo transversal de derecha a izquierda…

Era un toro herido en la plaza… El público aplaudía y él, con la estocada, seguía en posición vertical.

Mientras tanto, una cámara de video filmaba todo el material que tiempo después serviría para el juicio contra los asesinos. El *tape* dejó registro de cómo la segunda estaca clavada en su espalda, ingresa desde el cuello hacia abajo.

En ese momento, Agapito Lencina se arrodilló y se derrumbó. El gigante, finalmente, había sido derrotado…

Como aves carroñeras, todos se abalanzaron sobre él y lo apuñalaron decenas de veces. Un espeso chorro de sangre salpicó a los asistentes del sacrificio…

Brandán le gatilló el arma en la cabeza pero la bala no salió. Todos se quedaron tiesos viendo cómo Agapito se desangraba.

(...)

El cuerpo de *Gapo* fue arrastrado hasta el pabellón 6 y abandonado en la escalera.

Alguien se acercó hasta su boca y descubrió que seguía respirando.

—¡Esta rata está viva todavía! —gritó.

—Vamos a ver ahora —dijo Juan José Murgia Cantero y le clavó en el abdomen una faca que parecía una réplica de Excálibur. Lo cortó de arriba

hacia abajo, abriéndolo por completo.
Lencina exclamó un desgarrador aullido. Ese fue el último estertor.
El ruido de los intestinos de *Gapo* cayendo al piso se confundió con el grito de guerra proferido por el matador.
Así murió *Gapo*. Con valor y dignidad.

Fueron necesarios ocho presos para alzarlo y trasladarlo hasta el pabellón 12, donde se ubicaban las celdas de castigo.
El cuerpo del gigante vencido fue tirado en un cuarto vacío. En la entrada de los buzones.
(...)
Uno de los *apóstoles* dijo:
—¿Así que al *Gapo* le gusta el fútbol...? Bueno, vamos todos a jugar...
Según contaría años después el preso Salinas Queliche, la cabeza de Agapito fue utilizada como pelota de fútbol en una cancha imaginaria. Los presos la pateaban mientras seguían con la lóbrega diversión.
Al cabo de unos pocos pases, uno de los dementes dijo:
—¿Qué mirás *Gapo*? ¿Te gusto?
Apostaron una pasta tumbera (pastillas de drogas pisadas) para quien le cerrara los ojos de una sola patada. Alguien lo logró.
Desde ese día, a Gustavo Javier Arín se lo conoce como Maradona.
(...)

CAPÍTULO 11. LA CARNICERÍA

La primera zorra en llegar a la cuadra de la cocina lo hizo en forma silenciosa, nadie reparó en que el carro de metal estaba frente al portón doble hoja que se mantenía abierto pese al frío.
Dos de los penados que habitualmente por las noches se encargaban de mantener limpios los blancos azulejos, una obsesión del encargado del lugar, salieron a fumar. Cuando lo hicieron, no podían creer lo que estaban viendo.
Se quedaron helados frente a una enorme cacerola. La morocha, como la llamaban para reconocerla o pedirla cada vez que hacían locro en el fogón, estaba dentro del pequeño vagón de carga del riel de trocha angosta que cruza todo el penal.
Alguien se había estado divirtiendo: sobre la tapa de la morocha descansaba la cabeza de Agapito.
Sus ojos miraban hacia el más allá, pero no tenía una imagen piadosa sino →

→ todo lo contrario. Desafiante. Con rabia. Como si expresara que aún no habían terminado con él, aunque obviamente desconociendo que en un rato participaría de un macabro partido de fútbol en el que le cerrarían los párpados a patadas.

(...)

Las zorras son utilizadas durante el día para trasladar diversas cosas, desde materiales de depósito hasta la comida para los reos. Por eso es que la vetusta red ferroviaria interna comunica cada uno de los sitios mencionados. Aún en la actualidad se utiliza ese sistema. Todos ya se figuraban que los carros que se movían durante la noche transportaban otra carga muy distinta de la habitual.

No era necesario que vieran nada. Se sabía al dedillo.

—Vi pasar una con una olla destapada a dos metros de donde yo estaba. La empujaba un interno. Entonces el preso que me custodiaba me dijo: ahí va otro para el microondas —relató durante el juicio el guardia Héctor Cortez, quien también fue canjeado por rehenes heridos.

Jorge Krohling, otro guardia y rehén de recambio, declaró bajo juramento que estando él como escudo humano en la puerta del pabellón 1, entre la cocina y la panadería, semiescondido entre tachos de basura, sintió el ruido de un carrito que se acercaba.

—Allí pude ver al *Pelela* Pedraza, con un *handy* y una faca, supervisando la tarea de un interno alto que empujaba. En el carro, medio tapado con frazadas y lleno de sangre, se podía ver un trozo de cuerpo, sin cabeza y sin extremidades. Pedraza me dijo: "No mirés porque te mato".

"Me quedé con la vista clavada contra la pared durante 45 minutos, y escuché ruidos sordos, como cuando se tiran cosas pesadas dentro de tambores. De ahí eran arrastrados hacia la cocina".

Después de haber exhibido a los muertos como "escarmiento" hacia las ranchadas que no formaban parte de la rebelión, los cadáveres fueron desangrados y descuartizados.

Según se pudo reconstruir tras la barbarie, los cuerpos eran trozados en los piletones de las duchas del pabellón 12, adonde se habían ido apilando los cadáveres a medida que se iban produciendo los crímenes. Allí los cargaban en grandes cacerolas o enormes tambores de doscientos litros partidos al medio.

(...)

EL LIBRO DEL MOTÍN

Estos impactantes fragmentos forman parte del libro *XII Apóstoles*, escrito por Gustavo Mura, de vasta trayectoria periodística, fue director de C5N, gerente de Noticias de Radio 10 y de la señal de noticias de Telefe, y jefe de Noticias de Radio Mitre; integró el equipo de investigación de Telenueve y trabajó en el suplemento *Enfoques*, de *La Nación*. En 1997, publicó *Pecado capital*, una investigación sobre el tráfico de niños que fue incluida para ser trastada en la comisión antimafia del Congreso. En su nueva obra, editada por Planeta, Mura narra la masacre de Sierra Chica, ocurrida en Semana Santa de 1996. Durante ocho días, una jueza, un secretario, un jefe, once guardicárceles y tres convictos religiosos fueron rehenes por una banda de presos que planeaba fugarse. Ocho reclusos rivales fueron torturados, asesinados, descuartizados e incinerados. Uno de ellos, fue horneado y usado como relleno de empanadas.

pués ponían los miembros en las ollas del rancho. Lo que no podían trozar con el serrucho, lo llevaban a la cocina y ahí le daban con la sierra eléctrica, la sinfín de la carnicería.

El penitenciario Barroso declaró que los desguazadores fueron varios. Se destacaron *Chiquito* Acevedo, el *Gitano* Ariel Acuña, Carlos *King Kong* Carranza Ávila y el *Enano* Ramón Lena.

(...)

En la carnicería seleccionaban algunas piezas para desarrollar otro tipo de bestialidad: hacer cortes de carne humana más pequeños, para así poder manipularlos y llevar a la práctica una locura sólo recreada en el cerebro de un alienado.

Los *apóstoles* decidieron que el *Gordo* Gaitán era la peor basura de todos los que habían matado. Para él, entonces, el peor fin. Su tronco fue despedazado y los fragmentos pasados por la máquina de picar carne. Con él harían albóndigas.

Sus amputados miembros fueron fileteados y la carne, cortada a cuchillo,

LOS APÓSTOLES DECIDIERON QUE EL GORDO GAITÁN ERA LA PEOR BASURA DE TODOS LOS QUE HABÍAN MATADO CON ÉL, HARÍAN ALBÓNDIGAS

Mientras los cuerpos tendidos en el piso ya se hallaban desnudos, trasegados delincuentes clavaban cuchillos en la carne muerta, les hacían cruces, con el filo escribían frases en el abdomen, les arrancaban los ojos con la punta de las facas. Un salvajismo total.

Una vez en los volquetitos de metal, los restos eran exhibidos en un desfile macabro por casi todo el penal porque la cámara de tormentos (pabellón 12) estaba en la esquina opuesta a la carnicería y panadería.

A los matanceros los tenían bien drogados. De no ser así, difícilmente alguien lo hubiera hecho. Los cuerpos eran cortados con un serrucho y desutilizada para relleno de empanadas.

Después de detenerse en la "estación carnicería", el tren del espanto avanzaba hasta la "estación panadería", la terminal del recorrido. Allí era donde se bajaban todos los pasajeros.

En esos días de "faena" era increíble suponer que los hechos macabros fueran seguidos por tanta cantidad de presos. Era incesante el desfile de delincuentes. Algunos celebraban como si estuvieran poseídos.

Las heladeras de la carnicería, para esa fecha, estaban vacías. En los inicios del motín, cuando todo era revolución, los presos habían echado a perder

ocho medias reses que estaban en la cámara frigorífica, de modo que en veinticuatro horas se desabastecieron.

Al día siguiente de pasar los presos a machete, la población del penal volvió a comer.

—Para el motín, se cocinaba con mucha carne y todo bien condimentado, los guisos eran espectaculares, eran como los estofados de la calle. —Un sobreviviente, que pidió mantener en reserva su nombre, así confirmaba, sin saberlo, que había comido carne humana durante el tiempo de la rebelión.

Julio Barroso también se convirtió en testigo al sostener que el *Enano* Lena le contó jocosamente cómo seleccionaban cada trozo para las distintas comidas. Dice que le dijo: "Hacíamos empanadas y guiso, y se lo comían todo". Muchos más serían luego los que revelarían que hubo antropofagia en esas horas.

El guardia Oscar Iturralde, quien fue tomado rehén desde la primera hora, relató el siguiente episodio…

—Vino *Chiquito* Acevedo repartiendo empanadas y a mí me dejó dos, pero comí una sola. Cuando terminó de repartir y se vació el plato me preguntó: "¿Comiste la empanada, guacho?". Le respondí que sí. "¿Estaba rica?" También le dije que sí, pero le aclaré que estaba un poco dulce. Entonces me dijo: "Ahora vas a ir *pal* frente, te comiste un *rocho*, jajaja".

Los rehenes que alcanzaron a escuchar esa sentencia, pero en vivo y en directo, escupieron lo que tenían en la boca, algunos comenzaron con arcadas, otros vomitaron. Iturralde se paró y le fue a contar al resto de sus compañeros: el día martes todos terminaron descompuestos.

—Yo comí las empanadas que hicieron… ¿De qué eran? No sé. Si a vos te tienen seis días sin comer y te dan una empanada, ¿no la comerías? Yo tenía hambre… —admitió sin ningún problema el ex rehén Echeverría.

La confesión brutal de parte de los *apóstoles* permitió a los secuestrados atar cabos sobre lo que habían percibido durante todo el día.

(...)

Iturralde interrumpe la charla en el piso de la enfermería del pabellón 6 para decir:

—Yo vi cómo cargaban un bulto envuelto en mantas. De ahí se descolgó un brazo muerto. Lo sacaban de la zorra y lo metían en la panadería. Para mí que los estaban cocinando.

Años después, los *apóstoles* dirían en su defensa: "El policía que dice que le dimos de comer carne humana, lo puede hacer a propósito para después pedir pensión por loco y retirarse…" El *Tucán*, un preso que sobrevivió a la masacre, dijo que los muertos en el motín "no fueron siete como se dijo, sino dieciséis o diecisiete".

Según su teoría, sólo se contó una parte de la verdad. La otra, quedó silenciada para siempre entre los muros de Sierra porque les convino a todos.

El preso que estaba a cargo de la carnicería antes del motín, Franco Labort, logró escapar de milagro a la caza de brujas desatada en busca de los amigos de Agapito. Labort había estado la noche anterior con Lencina en el lugar donde veinticuatro horas más tarde lo reducirían a pastel de músculos.

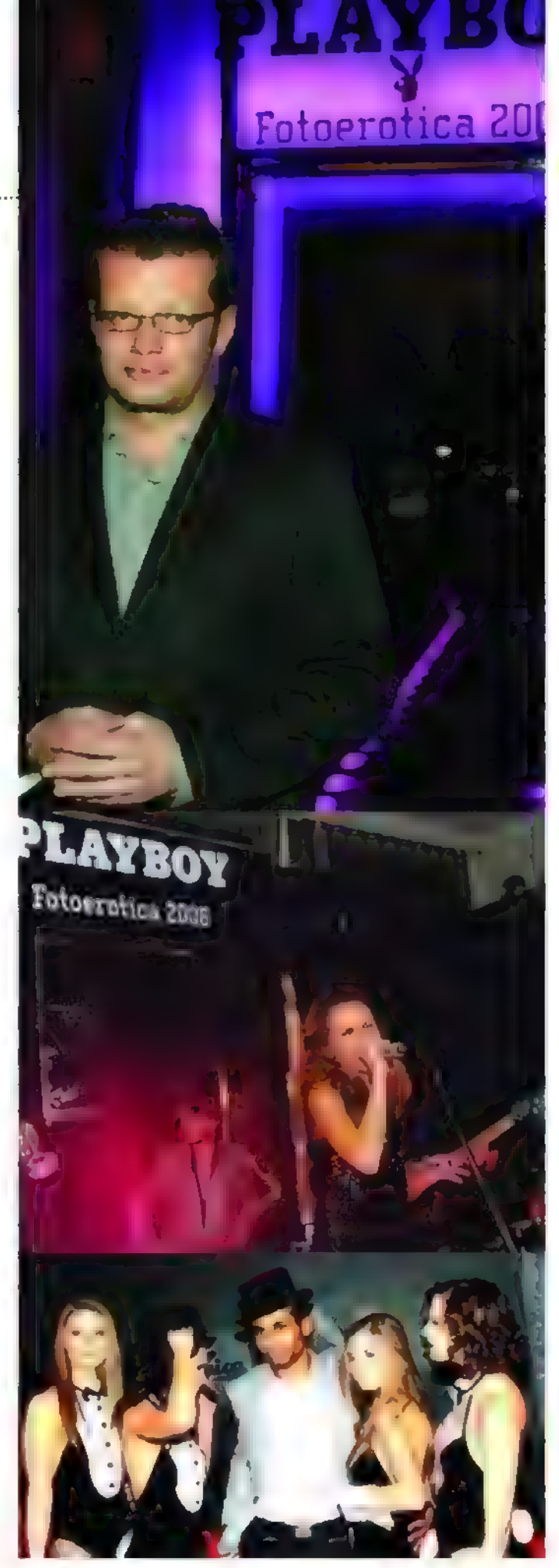
En la panadería del penal, mientras tanto, las bandejas de empanadas que se habían terminado de armar en la cocina eran horneadas. Nadie sospecharía del repulgue que habían terminado de cerrar.

Uno de los *XII apóstoles* encendió el teléfono celular que había obtenido de las autoridades y se comunicó con otro preso que estaba alojado en la Unidad 9 de La Plata. Cuando le preguntaron desde el otro lado de la línea cómo iba la asonada, dijo: —Diganlé al Marcelo que Agapito… Sale al horno con fritas…

BULGARIA

FIESTA PLAYBOY AL CUADRADO

Ya sabemos de qué está hecho el mundo PLAYBOY. Y también lo saben nuestros colegas de Bulgaria, que han organizado un par de eventos con el conejo como eje de la diversión. Habían cerrado 2008 con una suerte de carnaval de Europa del Este, entre celebridades y muchas chicas que pasaron por las páginas de la revista. Y como si esto fuera poco, los búlgaros decidieron redoblar la apuesta y realizar PlayCars, el evento con el que unen la pasión por los fierros con las mejores conejitas, una alianza que ya es un espacio muy esperado por los protagonistas de la industria automotriz local.



POLONIA

FOTOS, ARTE Y CONEJITAS

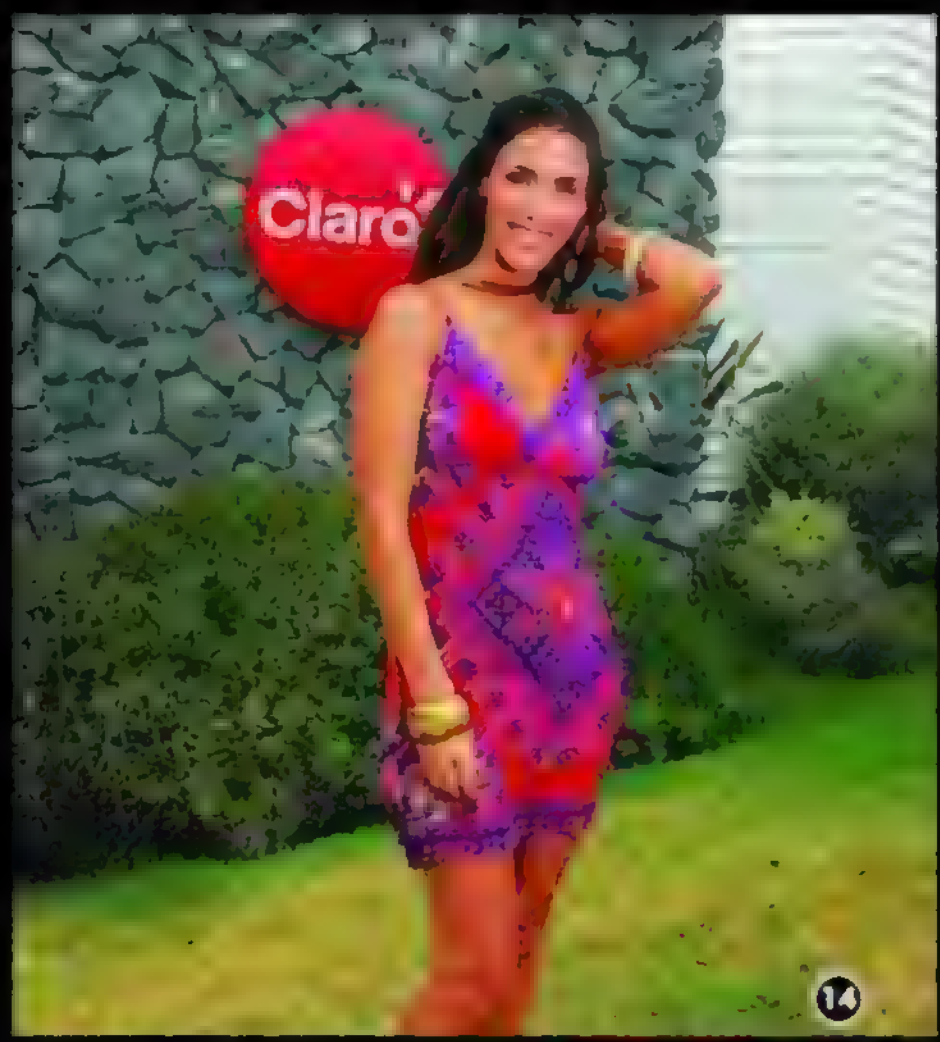
Así de serio empezó Marcin Meller, editor de PLAYBOY Polonia, el evento Fotoerótica 2008, con la revista como principal promotor de la muestra, un hecho cultural de mucho interés en ese país. Claro que no sabemos cómo terminó esta tremenda fiesta, porque fue una noche a pura diversión, con actuaciones en vivo de las bandas más populares de la escena polaca, algunas celebridades y, obviamente, muchas conejitas con sus *sexy outfits*. ¡Salud, Marcin! Seguro que la pasaron genial.

REVISTA PLAYBOY

EL TRIPLE DE PLAYBOY POR $15.

Buscá en tu kiosco el pack de colección.

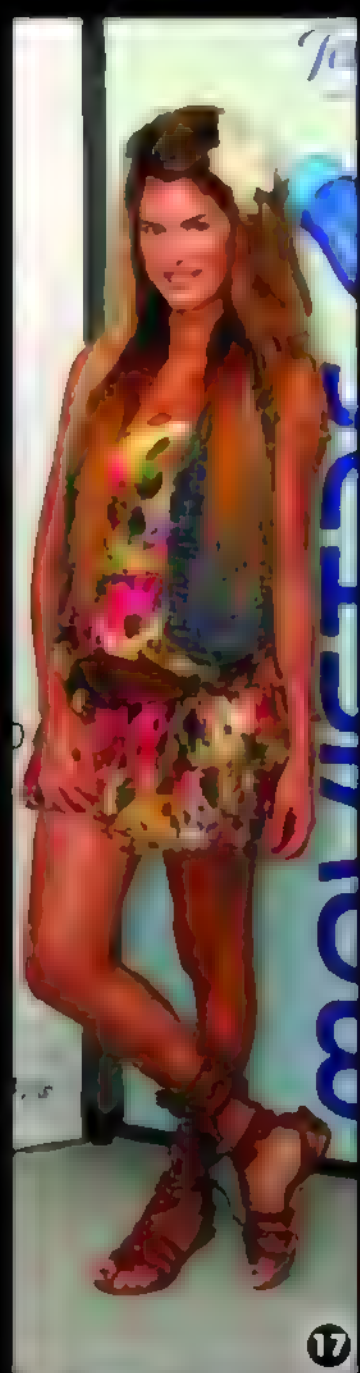
#10. Pinamar Moda Look: Guadalupe Juárez brinda con Uno, el espumante de Santa Julia. #11. MasterCard patrocinará el próximo mundial de rugby, que se jugará en Nueva Zelanda en 2011. Celebraron los pumas Manuel Contempomi y Gonzalo Longo, con Edgardo Tettamanti y Jorge Colombatti, representantes de la compañía. #12. Como nuevo embajador de TAG Heuer, Leonardo DiCaprio saluda a Jean Christophe Babin, presidente y CEO. #13. La chilena Kenita Larraín fue local durante la fecha del Latin American Poker Tour que se realizó en Viña del Mar, sponsoreada por PokerStars.net. #14. Invitada por Claro, María Susini pasó por el Ufo Point pinamarense. #15. Zeta Bosio y una amiga, en el desfile de Via Vai gafas en Pinamar. #16. Sabrina Garciarena fue a ver a Elton John a La Bombonera, invitada por Amex. #17. Movistar presentó el BlackBerry Flip Pearl 8220; María del Cerro, invitada. #18. Facundo Pieres y Paula Chaves, en la presentación de SoBe, energizante de Quilmes.



14

15

16



17

18

1

2

3

4

5

#1. Polaroid de carnaval: Luisana Lopilato, Jimena Barón y Flor Torrente, en Gualeguaychú, gracias a Brahma. #02. Otra instantánea desde el Corsódromo, con Matías Santoianni y Nico Pauls. #03. El Parque Roca no sólo es tenis. Con organización del Gobierno porteño, hubo varios shows gratis: Leo García y Miranda, entre ellos. #04. Las Quilmes Sessions pasaron por Pinamar y ahí estuvo Débora Bello. #05. Urban Nights de Budweiser, al ritmo de Emma Horvilleur, también en Pinamar. #06. "Chechu" Bonelli, en el espacio Orbital, en Esturión Beach, Punta del Este. #07. El basquetbolista Román González estuvo en el polideportivo DirecTV de Pinamar, con Roberto Montalto, gerente de Trade Marketing y Nuevos Negocios. #08. Emilia Claudeville, invitada por Sony Ericsson a Punta del Este. #09. Felicitaciones para nuestros amigos de Grey Argentina, que fue premiada como la mejor agencia del mundo del grupo WPP, entre las que trabajan para Procter & Gamble. En la foto, Marcelo Delbarba, número 1 de la oficina local de la agencia; Eduardo Bensignor, vicepresidente regional; Sebastián Garín y Pablo Gil (directores generales creativos), y Tamara Ingram, presidenta del Team P&G y vicepresidenta ejecutiva.

FOTO POMPEO POSAR

SURREALISMO ERÓTICO

¿SALVADOR DALÍ EN **PLAYBOY**? CLARO QUE SÍ. EL ARTE SIEMPRE TUVO LUGAR EN ESTAS PÁGINAS Y FUE EL CÉLEBRE FOTÓGRAFO POMPEO POSAR EL RESPONSABLE DE QUE EL PINTOR ESPAÑOL LLEGUE A LA REVISTA DE ALGUNA MANERA.

DE LA INFLUENCIA CULTURAL QUE **PLAYBOY** tuvo en el mundo contemporáneo ya nadie puede dudar. Sin embargo, no para todos es evidente que esta revista fue, desde su fundación, un espacio para que el arte se exprese de una y mil maneras, siempre con un enfoque original del erotismo. En diciembre de 1974, esta fotografía de Pompeo Posar fue la imagen que logró que el maestro de la pintura surrealista llegue a las páginas de **PLAYBOY**. "The erotic world of Salvador Dalí" se llama esta imagen compuesta por el habitual colaborador de la revista.

SUSCRIBITE A **PLAYBOY**, Y RECIBILA EN TU CASA POR SÓLO $10.90 MENSUALES.*

SUSCRIBITE ENVIANDO ESTE CUPÓN POR FAX O LLAMANDO AL (011) 5520-0015 DE LUNES A VIERNES DE 9 A 19 HS. O VÍA E-MAIL A SUSCRIPCIONESPLAYBOYREVISTA@GRUPOQ.COM.AR

◯ SÍ, DESEO SUSCRIBIRME A LA REVISTA **PLAYBOY.**

NOMBRE .....

APELLIDO .....

◯ VISA ◯ MASTER CARD ◯ AMERICAN EXPRESS ◯ DINERS

NÚMERO |_|_|_|_| |_|_|_|_| |_|_|_|_| |_|_|_|_|

VENCIMIENTO |_|_|_|_| CÓDIGO DE SEGURIDAD |_|_|_|_|

D.N.I./L.C./L.E .....

DIRECCIÓN DE ENVÍO:

CALLE .....

NÚMERO ..... PISO ..... DEPTO .....

LOCALIDAD ..... C.P. .....

TEL. PARTICULAR (.....) .....

TEL. ALTERNATIVO/CELULAR (.....) .....

EMAIL .....

OCUPACIÓN .....

FECHA DE NACIMIENTO .....

* IVA incluido - Precio de tapa $10.90. Precio total de suscripción anual $130.80 IVA incluido.

LLEGA TODO EL PODER DEL

ROCK

Quilmes ROCK 09

24 DE MARZO

RADIOHEAD

ESTADIO CLUB CIUDAD

28 DE MARZO

IRON MAIDEN

ESTADIO VELEZ SARSFIELD

4 DE ABRIL

LOS PIOJOS

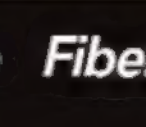
ESTADIO RIVER PLATE

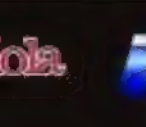
5 DE ABRIL

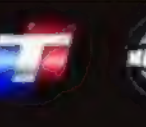
KISS

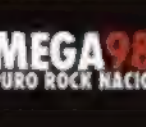
ESTADIO RIVER PLATE

INVITA









Beber con moderación. Prohibida su venta a menores de 18 años.